100 ЗНАМЕНИТОСТЕЙ МИРА МОДЫ

FOLIO

SHOUT
SHARE
IT

Annotation

«Мода, – как остроумно заметил Бернард Шоу, – это управляемая эпидемия». И люди, которые ею управляют, несомненно столь же знамениты, как и их творения.

Эта книга предоставляет читателю уникальную возможность познакомиться с жизнью и деятельностью 100 самых прославленных кутюрье (Джорджио Армани, Пако Рабанн, Джанни Версаче, Михаил Воронин, Слава Зайцев, Виктория Гресь, Валентин Юдашкин, Кристиан Диор), стилистов и дизайнеров (Алекс Габани, Сергей Зверев, Серж Лютен, Александр Шевчук, Руди Гернрайх), парфюмеров и косметологов (Жан-Пьер Герлен, Кензо Такада, Эсте и Эрин Лаудер, Макс Фактор), топ-моделей (Ева Герцигова, Ирина Дмитракова, Линда Евангелиста, Наоми Кэмпбелл, Александра Николаенко, Синди Кроуфорд, Наталья Водянова, Клаудиа Шиффер). Все эти создатели рукотворной красоты влияют не только на наш внешний облик и настроение, но и определяют наши манеры поведения, стиль жизни, а порой и мировоззрение.

- Валентина Скляренко, Наталья Вологжина, Ольга Исаенко, Ирина Колозинская
  - АЗЗАРО ЛОРИС
  - АЛАЙЯ АЗЗЕДИН
  - АНДРЕЯНОВА ВИКТОРИЯ ВЛАДИМИРОВНА
  - АРМАНИ ДЖОРДЖИО
  - БАЛЕНСИАГА КРИСТОБАЛЬ ЭЙСАГУЭРЕ
  - БАЛЬМЕН ПЬЕР
  - БЕНЕТТОНЫ
  - БУРДА АННА МАГДАЛЕНА (ЭННЕ)
  - БЬЯДЖОТТИ ЛАУРА
  - БЭНКС ТАИРА
  - ВАЛЕНТИНО КЛЕМЕНТИ ЛЮДОВИКО ГАРАВАНИ
  - ВАН БЕЙРЕНДОНК ВАЛЬТЕР
  - ВАТАНАБЭ ЮНЬЯ
  - ВЕРСАЧЕ ДЖАННИ
  - ВЕСТВУД ВИВЬЕН
  - ВИОННЕ МАДЛЕН
  - ВОДЯНОВА НАТАЛЬЯ
  - ВОРОНИН МИХАИЛ ЛЕОНТЬЕВИЧ
  - ВОРТ ЧАРЛЬЗ ФРЕДЕРИК
  - ГАБАНИ АЛЕКС
  - ГАЛЛИАНО (ГАЛЬЯНО) ДЖОН

- ГЕРЛЕН ЖАН-ПОЛЬ
- ГЕРНРАЙХ РУДИ
- ГЕРЦИГОВА ЕВА
- ГОЛИЦЫНА ИРЭН (ИРИНА БОРИСОВНА)
- ГОТЬЕ ЖАН-ПОЛЬ
- ГРЕСЬ ВИКТОРИЯ
- ГУЧЧИ
- ДЖИЛЬИ РОМЕО
- ДИОР КРИСТИАН
- ДМИТРАКОВА ИРИНА
- ДОЛЬЧЕ ДОМИНИКО
- ЕВАНГЕЛИСТА ЛИНДА
- ЖИВАНШИ ЮБЕР (УБЕР) ДЕ
- ЗАЙЦЕВ ВЯЧЕСЛАВ МИХАЙЛОВИЧ
- ЗВЕРЕВ СЕРГЕЙ АНАТОЛЬЕВИЧ
- КАРАВАЙ ИРИНА
- КАРАН ДОННА
- КАРДЕН ПЬЕР
- КАСТА ЛЕТИЦИЯ МАРИЯ ЛАУРА
- КВАНТ МЭРИ
- КЕНЗО ТАКАДА
- КЛУМ ХАЙДИ
- КЛЯЙН КЕЛВИН
- КОВАЛЬЧУК ДИАНА
- КОППОЛА АЛЬДО
- КРОУФОРД СИНДИ
- КЭМПБЕЛЛ НАОМИ
- ЛАГЕРФЕЛЬД КАРЛ
- ЛАКОСТ РЕНЕ
- ЛАКРУА КРИСТИАН
- ЛАМАНОВА НАДЕЖДА ПЕТРОВНА
- ЛАНВИН ЖАННА
- ЛАПИДУС ОЛИВЬЕ
- ЛАУДЕР ЭРИН
- ЛАУДЕР ЭСТЕ ДЖОЗЕФИНА
- ЛОУРЕН (ЛИФШИЦ) ПОЛО РАЛЬФ
- ЛЮТЕН СЕРЖ
- МАККАРТНИ СТЕЛЛА
- МАККУИН ЛИ АЛЕКСАНДР
- МИССОНИ: РОСИТА, ОТТАВИО, ВИТТОРИО, ЛУКА И АНДЖЕЛА
- МОНТАНА КЛОД
- МОНЯК АЛЕКСАНДР
- МОСКИНО ФРАНКО

- МОСС КЕЙТ
- МЮГЛЕР ТЬЕРРИ
- НИКОЛАЕНКО АЛЕКСАНДРА
- НЬЮТОН ХЕЛЬМУТ
- ПАРФЕНОВА ТАТЬЯНА
- ПАТУ ЖАН
- ПЕШО ТОМ
- ПРАДА МИУЧЧИА
- ПУАРЕ ПОЛЬ
- ПУСТОВИТ ЛИЛИЯ
- ПУЧЧИ ДИ БАРСЕНТО МАРЧЕЗЕ ЭМИЛИО
- РАБАНН ПАКО
- РИКЕЛЬ СОНЯ
- РИЧЧИ НИНА
- РОВАЛС ДЖОРДЖ
- САНДЕР ЖИЛЬ
- СЕН-ЛОРАН ИВ
- СКИАПАРЕЛЛИ ЭЛЬЗА
- ТВИГГИ
- ТОЛКАЧЕВА АЛИСА
- ТРУССАРДИ НИКОЛА
- УНГАРО ЭММАНУЭЛЬ
- ФАКТОР МАКС
- ФАТ ЖАК
- ФЕРРАГАМО САЛЬВАТОРЕ
- ФЕРРЕ ДЖАНФРАНКО
- ФЕРРО ЛУИ
- ФОРД ТОМ
- ЧАЛАЯН ХУССЕЙН
- ЧЕРРУТИ НИНО
- ШАНЕЛЬ КОКО
- ШЕВЧУК АЛЕКСАНДР
- ШИФФЕР КЛАУДИА
- ШЛЕЕ (САНИНА) ВАЛЕНТИНА НИКОЛАЕВНА
- ЮДАШКИН ВАЛЕНТИН АБРАМОВИЧ
- ЯМАМОТО ЙОДЗИ

- notes
  - 1
  - 2

Валентина Скляренко, Наталья Вологжина, Ольга Исаенко, Ирина Колозинская
100 знаменитостей мира моды

АЗЗАРО ЛОРИС

(род. в 1933 г. – ум. в 2004 г.)

Известный модельер и парфюмер, прославившийся своими нарядами для вечеринок и изысканными мужскими парфюмами. Наибольшей известности достиг в 1970-е годы прошлого столетия. Среди его клиенток были такие звезды кинематографа, как Софи Лорен, Клаудия Кардинале, Софи Марсо и Изабель Аджани.

Лорис Аззаро родился в 1933 году в семье итальянцев, проживавших в Тунисе, прекрасной стране, сочетавшей в себе Восток и Запад, поражавшей красотами побережья, изумительного по цвету и теплоте Средиземного моря, завораживающей песками Сахары и своей удивительной историей. Тунис называют восточным Парижем, поскольку здесь находится немало памятников архитектуры и искусства, а еще потому, что он долгое время находился под протекторатом Франции. Сюда со всего мира стекаются туристы, чтобы осмотреть развалины Карфагена, Медину, полюбоваться мечетями, минаретами, причудливой восточной архитектурой и насладиться тем дивным колоритом, что возник в результате сплава французской и арабской культуры. Как всякое курортное место, Тунис имеет особую атмосферу, пропитанную отдыхом и счастьем. Лорис Аззаро с детства дышал этим воздухом и впитал

в себя дух праздника, который так наглядно проступает в одежде, которую он создавал. Мальчика окружала любовь родных, такая же яркая, как тунисское солнце. В доме семейства Аззаро царила атмосфера творчества. Бабушка с увлечением занималась рукоделием, сама моделировала и шила платья. Дед Аззаро был архитектором. Лорис мечтал пойти по его стопам, но к тому времени, как он подрос, финансовое положение семьи несколько ухудшилось и отец не смог оплатить его обучение в университете. Юноша серьезно увлекался изучением французского языка, истории и культуры Франции. Это увлечение позволило ему выдержать конкурсный экзамен на профессорское звание. В течение нескольких лет Лорис преподавал французскую литературу в школах Тулузы. Затем он поступил в Тулузский университет, где изучал, так же, как и основатель наибольшей компании по производству предметов роскоши Мучио Прада, политические науки.

В 1963 году Лорис Аззаро отправился завоевывать столицу мировой моды – Париж.

В 1965 году 32-летний Лорис основал собственный Модный дом. Кстати, он никогда не состоял в Синдикате парижской моды, основанном легендарным Чарльзом Вортом еще в конце XIX века, и не создавал коллекций от кутюр. Однако многие звезды экрана и шоу-бизнеса (такие как Брижит Бардо, Рейчел Уэлч, Тина Тернер, Николь Кидман и другие не менее известные женщины) любили заказывать у него наряды. А все потому, что Аззаро был рыцарем женственности, которого «вдохновляло любое проявление красоты, но прежде всего красота Женщины». Его наряды не для повседневности. Это вечерние платья, платья для коктейлей и вечеринок, которые изготавливались из летящих, струящихся тканей, превращавших женщину в создание немного легкомысленное, элегантное и по-французски шикарное. Любимым цветом модельера был черный – он, по мнению Аззаро, придавал женщине особую неотразимость, драматичность и привлекательность. Модельер изготавливал не только платья, но также и аксессуары: туфли, шляпы и сумочки.

Аззаро составлял приятное исключение для мира моды, поскольку ценил женскую красоту не только на подиуме, но и в жизни. Он был настоящим мужчиной: сильным, умным, великодушным и, конечно, талантливым. На вопросы журналисток: какой цвет будет самым модным в следующем сезоне? – он всегда галантно отвечал: «Тот, который вам больше идет, мадам».

В 1975 году Аззаро представил свой первый аромат для мужчин Azzaro Couture Pour Homme, который вскоре стал

классикой. Первые ноты этого аромата обдают вас свежестью лаванды и герани, затем плавно перетекают в сладковатые и волнующие запахи пачулей и сандала, и завершают композицию ветивер и кардамон.

Если вы спросите ученого-одоролога[1], что такое духи, то он многое сможет рассказать. Например, следующее: духи – это спиртовые или водно-спиртовые растворы душистых веществ. На свете существует 35 тысяч веществ, из которых можно изготовить духи. В среднем в состав композиции входит от 15 до 60 различных веществ. Для получения парфюма кристаллические душистые вещества растворяют в одном из жидких труднолетучих компонентов. Этот процесс, называющийся экстрагированием, может занимать от нескольких часов до года. Душистые вещества делятся на синтетические и натуральные, которые, в свою очередь, подразделяются на растительные и животные. К первой группе относятся эфирные масла, бальзамы, смолы и вытяжки из растений. Ко второй группе – мускус, продукт деятельности желез самца небольшого оленя – кабарги; цибетин – выделения желез дикой африканской кошки и амбра – продукт жизнедеятельности кашалота. В настоящее время практически все душистые вещества можно получить искусственным путем. Однако исследования показали, что для того чтобы духи действовали как афродизиак, они обязательно должны содержать натуральные вещества животного происхождения.

Об одном не сможет рассказать ученый: какие компоненты брать и в каких количествах их необходимо смешивать, чтобы получить неповторимый запах, который очарует мир. Аззаро знал этот секрет и как никто другой понимал магию аромата. Кутюрье делал свои парфюмы для мужчины, который любит и любим. Аромат его духов повествует историю ожидания и долгожданной встречи. Аззаро говорил: «Самые удивительные сюрпризы в моей жизни связаны с неожиданными встречами». Когда вдыхаешь запах нового парфюма «Визит», почему-то сразу вспоминаются строчки Ахматовой:

…И только в двух домах
В том городе (название неясно)
Остался профиль (кем-то обведенный
На белоснежной извести стены),
Не женский, не мужской, но полный тайны,
И, говорят, когда лучи луны —
Зеленой, низкой, среднеазиатской —
По этим стенам в полночь пробегают,
В особенности в новогодний вечер,

То слышится какой-то легкий звук…

В 1992 году Модный дом Аззаро начал выпускать линию мужской одежды. Обычно модельеры сначала работают над одеждой, а затем дополняют ее парфюмом. У Лориса все произошло наоборот. Костюмы его торговой марки, выпускаемые для мужчин, такие же элегантные и романтичные, как и аромат его духов.

В 1996 году появляется еще один культовый аромат – Chrome, который имеет волнующий древесно-океанический букет.

Миллениум ознаменовался для фирмы Аззаро небольшим скандалом. Жену кутюрье – Мишель – обвинили во вмешательстве в личную жизнь клиенток и приговорили к условному заключению на четыре месяца и штрафу в размере 100 тысяч франков. Скандал начался после того, как Мишель, которую Аззаро называл «мой Наполеон», уволила сотрудницу компании, пытавшуюся выяснить, каким образом на ее рабочем месте появилось подслушивающее устройство. Обиженная женщина обратилась в полицию. В результате разбирательства выяснили, что ателье Лориса буквально нашпиговано всяческими «жучками» и прочими средствами шпионажа, о которых сам модельер ничего не знал. Всезнающая пресса утверждала, что такое пристальное внимание объясняется не чрезмерной заботой о безопасности компании, как это пыталась представить в суде Мишель, а обычной ревностью супруги к именитым клиенткам. Жену кутюрье можно понять. Они были очень красивой парой, а Лорис и в свои преклонные годы смотрелся просто великолепно. Сухощавый, подтянутый и загорелый, с лицом средневекового итальянского аристократа и яркими живыми глазами. В браке у них родилось двое детей, которые подарили им трех внуков.

В конце 1990-х годов пост творческого директора Модного дома Аззаро заняла его дочь Беатрис.

В 2004 году главой Модного дома Аззаро стала 31-летняя Ванесса Стьюворд. Этот выбор был не случаен. Стьюворд – известный лондонский дизайнер, по происхождению аргентинка. Ее мать работала в бутике Аззаро. Девушка, иногда забегавшая в магазин после школы, была настолько очарована шармом одежды Аззаро, что решила стать дизайнером. Вот что она сама говорит об этом: «Моя мать работала в магазине Loris Azzaro в восьмидесятых годах. И со времен моей юности его модели произвели на меня неизгладимое впечатление. Меня всегда привлекал гламур семидесятых, мне кажется совершенно естественным продолжить творения в стиле Аззаро. Фактически –

это совершенство моей работы». Ваннеса девять лет проработала в Доме Шанель, а затем на протяжении двух лет совместно с Томом Фордом разрабатывала коллекции для Ив Роша. Созданная Стьюворд коллекция осень/зима – 2004/2005 года отвечает духу Дома Аззаро и уже привлекла новых клиентов, среди которых Клаудия Шиффер и Кейт Бейсинкел.

АЛАЙЯ АЗЗЕДИН

(род. в 1940 г.)

Знаменитый дизайнер родом из Туниса, живущий в Париже. Модельер, получивший титул King of cling – Король облегания – за свои чувственные и сексуальные модели из кожи и стрейча, обтягивающие женскую фигуру, словно вторая кожа. Кумир 1980-х, он всегда знает, как можно выгодно показать женское тело. Он не любит, когда его называют дизайнером, и предпочитает термин bâtisseur, что значит «конструктор». И хотя формально Алайя не является кутюрье, поскольку не создает одежду класса от кутюр, именно его многие считают духовным преемником Ив Сен-Лорана.

Имя этого человека, творения которого сегодня известны во всем мире, у нас мало кто может назвать. Он окружил свое прошлое флером таинственности, и даже на вопрос о возрасте иронично замечает: «Я ровесник фараонам». Известно только, что родом он из Северной Африки, на свет появился в Тунисе не то в 1939, не то в 1940 году. Его родители держали ферму, на которой выращивали пшеницу. Воспитанием мальчика занимались бабушка и дедушка. Существует полулегенда, что с миром моды его познакомила нянька-француженка, которая однажды показала Аззедину журнал Vogue. Может быть, именно этот журнал подтолкнул Алайю поступить в Школу изящных искусств (L'Ecole des Beaux Arts) в Тунисе на отделение архитектуры, где юноша

изучал не только архитектуру, но и скульптуру, которая стала его любимым предметом. Здесь он впервые узнал о форме человеческого тела и увлекся созданием скульптур. Заинтересовавшись модой, Аззедин занялся исследованием дизайна одежды своих любимых кутюрье – Мадлен Вионне и Кристобаля Баленсиаги. Вторая легендарная история из этого периода жизни будущего модельера – об еще одной случайности, сыгравшей свою роль в дальнейшей карьере молодого человека. Однажды, направляясь, как обычно, в Школу изящных искусств, Алайя заметил в витрине небольшого ателье объявление. Ничего особенного – приглашение на работу на должность помощника портного для подшивания подолов. Взяв несколько уроков шитья у своей младшей сестры, Аззедин получил эту вакансию и стал работать в ателье.

В 1957 году Алайя приехал в Париж, чтобы продолжить образование. Ему нравилась скульптура, и он хотел ее изучать. Однако ему сначала пришлось найти источник дохода. По рекомендации одного из знакомых он сразу же устроился работать у Диора. Однако сделать карьеру в знаменитом Доме моды ему не удалось – уже через пять дней юноша был уволен. Следующие два года его жизни были тесно связаны с Модным домом Ларош, где Аззедин стал помощником самого Ги Лароша. Именно здесь он, по его собственному признанию, познал секреты от кутюр. Потом были два месяца работы у Тьерри Мюглера, законодателя авангардной моды. А затем, до 1960 года, Аззедин Алайя служил управляющим у одной французской маркизы, пока его не пригласила графиня Николь де Блежье. Целых пять лет молодой человек занимался моделированием и созданием одежды для графини и ее окружения, а в 1965 году, почувствовав, что способен на большее, Аззедин открыл собственное дело. Нельзя сказать, что к нему сразу же пришла известность, но среди его клиентов встречались уже такие знаменитости, как звезды Голливуда Грета Гарбо и Клодетт Кольбер. Одна из его клиенток проложила Аззедину путь в светский Париж и начинающий модельер стал посещать элитные столичные салоны, где познакомился с Андре Мальро, Сальвадором Дали, Орсоном Уэллсом и Луи Арагоном.

Небольшое ателье Алайи разрасталось, но почти 15 лет оставалось лишь ателье. Аззедин работал скромно – у него не было собственного магазина, он не участвовал в традиционных показах мод, ему не было никакого дела до Синдиката Высокой моды Парижа, наконец, он не обзавелся даже торговой маркой. Он не думал о рекламе, клиенты находили его сами. К концу 1970-х годов близкие друзья модельера, среди которых был и

Тьерри Мюглер, убедили его заняться модой. Затем было несколько «прорывов», например в 1979 году, когда в журнале «Депеш мод» появилась фотография плаща и костюма прет-а-порте, созданных модельером с применением новых технологий.

Однако первая коллекция Аззедина появилась только в 1980 году. К этому времени он уже стал культовой фигурой в мире моды. Кожаные и замшевые модели, плотно облегающие тело, короткие черные платья с множеством молний и заклепок уже стали его фирменным стилем. Алайя всегда мечтал заниматься скульптурой, и теперь он стал «скульптором моды», как его часто сейчас называют. «Основа всей моды – это тело», – считает модельер. Его модели, максимально обтягивающие женскую фигуру, подчеркивали все ее достоинства и заставляли избавляться от недостатков. В 1980-е, когда в мире царил культ тела, когда на гребне модной волны были аэробика и культуризм, Алайя появился как раз вовремя. «Женщинам отпущен очень короткий срок, чтобы гордиться своим телом, и его надо использовать до конца», – говорит дизайнер.

Показ первой коллекции отличался оригинальностью. Дефиле было устроено в собственной квартире модельера. Не было музыки, топ-модели работали почти в «экстремальных» условиях, переодеваясь в одной из комнат и делая макияж в ванной. Но, несмотря на все это, показ привлек всеобщее внимание, а Алайя в одночасье стал знаменит. Еще год спустя появилась марка «Аззедин Алайя». А с 1982 года начинается триумфальное шествие Аззедина по Америке и Европе. Один за другим открываются бутики в Беверли-Хилз, Чикаго, Лос-Анджелесе, Сан-Франциско, Токио, Лондоне, Женеве. А в 1985 году Алайя получил сразу два «Оскара» за свои модели.

У модельера стали одеваться знаменитости. Среди них – певица Грейс Джонс, редактор модного журнала Vogue Грейс Коддингтон, Тина Тернер, Арлетти, поэтесса Луиза де Вильморен и даже мадам Миттеран, супруга президента Франции.

В 1985 году знаменитая Грейс Джонс появляется на церемонии вручения «Оскара» в наряде от Алайи. Это платье ярко-малинового цвета вошло в историю моды XX века и увековечило имя его создателя. Аззедин, который изобрел для него специальную ткань с лайкрой, впоследствии получил за него титул King of cling – Король облегания.

Теперь Алайя обратился не только к коже, но и к стрейчевой ткани, лайкре, ажурной ткани с рисунками, напоминающими татуировки, и латексу. В своих моделях он часто использовал спиралевидные швы, которые зрительно улучшают фигуру, удлиняя ноги, подчеркивая талию и поддерживая бюст. Один из

секретов модельера – в умении сделать разрез нужной формы и направления. За счет специальной ткани и искусной ее драпировки Аззедин Алайя достигает эффекта полного облегания, когда одежда словно становится второй кожей на теле человека. Он почти что волшебник. «Вместе с платьем от Алайи, – говорят в мире моды, – вы надеваете идеальную фигуру – тонкую талию, высокую грудь и бедра». Представляя свои модели, он почти не использует аксессуары – чтобы не отвлекать внимания от главного – идеальных линий костюма.

При этом Аззедину многое прощается. Он – один из тех, кто может делать то, что ему хочется, а не то, чего от него ожидают. Он не хочет подчиняться никаким правилам Синдиката, провозглашая свою независимость от него. Он не делает сезонных коллекций. «Я вообще не понимаю, что это значит, потому что не различаю одежду по сезонам, – говорит он. – Я показываю коллекцию в тот момент, когда считаю ее готовой». Поэтому он или вообще не показывает коллекций, или представляет по четыре в сезон. А в Неделях Высокой моды совсем не участвует.

В начале 1990-х годов Аззедин неожиданно исчезает из поля зрения ценителей моды. С 1992 года он перестал принимать участие в любых публичных показах. «Ателье по горло занято частными заказами», – объяснял модельер свой уход из Высокой моды. В это время среди его клиентов остаются Мелани Гриффит, Шер, Ума Турман, Стефани Сеймур, Мадонна, Сигурни Уивер и другие знаменитости. Но широкие массы постепенно забывают о нем.

Только почти десятилетие спустя Аззедин Алайя снова вернулся в мир моды и вернулся триумфально. В июне 2000 года он представил первую после длительного перерыва коллекцию одежды, которая немедленно разошлась по самым знаменитым бутикам мира. Коллекция, в которой были представлены плиссированные длинные юбки из кожи и соблазнительные шерстяные костюмы-двойки, привлекла внимание Патрицио Бертелли, владельца группы Prada. Новость о том, что контрольный пакет акций Дома моды Аззедина Алайя был продан, на долгое время стала главной в мире моды. Алайя, который славился своей независимостью, который незадолго перед тем заявлял, что никогда не продаст свое имя – и вдруг такое… Сам Алайя объяснял все тем, что сегодня практически невозможно существовать в качестве независимого дизайнера: «Надо быть крепким орешком, в противном случае вы рискуете однажды обнаружить, что все, вплоть до тканей, блокировано крупными компаниями. Молодому дизайнеру даже приличных моделей для примерки трудно найти».

По словам самого дизайнера, его творческая независимость по контракту соблюдается, иначе он никогда бы не согласился на подобную сделку. «Если мне кто-то говорит, сколько вещей должно быть в коллекции, я перестаю соображать. Я не способен даже придумать, как подшить подол». А на случай, если вдруг Бертелли начнет давить на него, у Аззедина есть вариант. «Если он начнет хитрить, я пожалуюсь его жене, вечером она ему откажет, и все снова пойдет отлично. Женщины всегда мне покровительствовали», – говорит маэстро.

Алайя снова полон планов на будущее. Сейчас он работает над созданием нового аромата и запуском линии очков. Он, как обычно, мало спит, работая почти до утра и делая перерыв всего на несколько часов в сутки. Он любит свою работу. Несмотря на свои порой авангардные модели, он сам – консерватор. Наоми Кэмпбелл, которую Алайя когда-то давно вывел «в люди» и которая называет его ласково «папа», утверждает: «Слава его ничуть не изменила». Аззедин не меняет своих привычек и привязанностей. «Даже если бы у меня совсем не было денег, я не чувствовал бы себя несчастным, – уверяет он. – Я могу жить на чердаке. Я не привязываюсь к вещам и всякий раз, когда теряю что-нибудь, говорю себе: вот здорово – будет больше свободного места». А на вопрос о том, как он относится к своему успеху, Алайя отвечает: «Мне наплевать. Моя жизнь от этого не изменилась».

АНДРЕЯНОВА ВИКТОРИЯ ВЛАДИМИРОВНА

(род. в 1962 г.)

Известный российский художник-модельер, основатель и глава собственного Дома моды, одновременно – художественный руководитель предприятия «Президент-Сервис» Управления делами президента Российской Федерации. Член Ассоциации Высокой моды России. Победительница множества конкурсов, обладательница главного приза в номинации «Городское платье» на конкурсах «Платье года» в 1995 и 1997 гг., Гран-при «Серебрянная туника» (1997 г.) и высших наград Недели Высокой моды в Москве – двух «Золотых манекенов» (2000 и 2001 гг.). В 2001 г. была признана «Модельером года» на конкурсе «Лица года» и «Самым светским модельером» в конкурсе «Алые паруса».

Виктория Андреянова родилась в 1962 году в Москве. Ее отец, Владимир Илларионович Токмань, был главным редактором молодежного журнала «Студенческий меридиан», мать, Валентина Яковлевна, работала в отделе ЦК инструктором. Вита и ее младшая сестра Катя росли в дружной семье, в атмосфере любви и доброжелательности. «Когда кто-то заболевал, – вспоминает Виктория, – мама взбивала большие подушки и приносила бульончик, что-то вкусное, поила чаем, соком. И

всегда была рядом». Девочек с детства приучали к труду. Родители часто приходили домой поздно, и все домашнее хозяйство было на детях. Девочки рано потеряли отца – Владимир Илларионович умер, не дожив до 40 лет. Тогда Вита училась в шестом классе, а Катя – в первом. После его смерти к Токманям приехала бабушка, которая тоже умерла через год, и Валентине Яковлевне, которой тогда было 36 лет, пришлось «поднимать» детей самой. Чем могли, ей помогали друзья отца, которых было очень много и которые до сих пор собираются в их старой квартире – бывает, и по 60 человек.

А тогда мама наряжала девочек в красивые белые блузки и плиссированные юбочки, модные лаковые туфли. Может быть, именно отсюда любовь будущего модельера Виктории Андреяновой к красивой и практичной одежде. Начиналось же все с рисования в школьных тетрадях принцесс и нарядов для них. Потом потихоньку Вита стала что-то кроить и шить, сначала на своих кукол, а потом и на себя. Тогда же появился и интерес к костюму, начало которому положила семейная реликвия – свадебный убор крепостной крестьянки.

Виктория буквально бредила театром и после восьмого класса поступила в Московское театрально-художественное училище на художественно-костюмерное отделение, где просто училась шить. «На моем счету, – вспоминает сейчас Андреянова, – километры пришитых оборок, и все приемы, технологии, крой я вынесла оттуда. Это тот багаж, который всегда со мной». Здесь она научилась не только хорошо шить, но и изобретать. Ей все время хотелось выглядеть модно, и она сшила себе кожаное пальто из распоротых боксерских перчаток. Когда очень популярны стали «дутые» куртки, из подушки и кусков «болоньи» Виктория создала себе модную курточку. Она шила из лоскутков и перелицовывала старые вещи – «и даже страшно представить, сколько километров строчек сделала!»

Дипломной работой Виктории стали костюмы княжны Мстиславской и царицы Ирины для спектакля Малого театра «Царь Федор Иоаннович». Закончив училище с красным дипломом, девушка решила учиться дальше и поступила в Текстильный институт им. Косыгина. «Грандиозных амбиций в тот момент, когда я выбирала специальность, не было, – вспоминает Виктория. – Мне просто нравилось это ремесло». Учиться в институте ей было очень легко – сказывалась хорошая школа, которую она уже прошла. Однако скоро девушка поняла, что театр – это не то, чем она хотела бы заниматься в жизни (хотя в своем творчестве она еще не раз обратится к своему первому увлечению, создавая костюмы к спектаклям).

На зимних каникулах 20-летняя студентка Виктория отправилась в подмосковный дом отдыха, где познакомилась с Юрием Андреяновым, аспирантом Московского физико-технического института. Он был старше ее на три года. В мае следующего года Юра сделал ей предложение, а в августе они сыграли свадьбу.

Через год после свадьбы родилась дочь Юля. Но Виктория учебу не бросила. Не выдержал Юрий. «Вы думаете, это сейчас самое главное в жизни?» – с горечью задал он вопрос Валентине Яковлевне, которая перед очередной сессией принесла дочери, лежащей в больнице на сохранении, мешок учебников. Немного посидев с ребенком в декретном отпуске, Виктория снова вся ушла в учебу. Юлю называли «коллективным ребенком», потому что ее воспитывали все – обе бабушки, дедушка и даже подруги.

Окончив в 1989 году Текстильный институт с красным дипломом, Андреянова приняла приглашение работать в Центре моды России. Спустя всего год недавняя выпускница стала его ведущим художником.

Одним из поворотных моментов в творческой биографии Виктории Андреяновой стала рабочая командировка в Сингапур и Индонезию в 1991 году в рамках программы обмена опытом. Увидев, как там работают маленькие ателье со штатом по 10–15 человек, Виктория, по ее собственному признанию, «поняла, что такую большую и тяжелую индустрию, как наша легкая промышленность, очень трудно контролировать. А заниматься модой в столь громадных масштабах практически нереально. Мода – это скоропортящийся продукт, а у нас она становилась рутиной, потому что от создания образца до его внедрения на фабрике проходил год (по меньшей мере). Чтобы все это было модно и мобильно, целесообразнее делать дизайн-бюро и уже внутри заниматься этим делом».

Решив для себя, что и она хочет «вот так», Андреянова в 1992 году открыла собственное дело – дизайн-студию «Виктория А». Первыми моделями студии стала коллекция дизайнера, которую на собственные деньги по разумным ценам выкупил у Центра моды ее муж. К этому времени Юрий ушел из науки в бизнес и занялся компьютерами. Скоро появились первые клиенты, хотя особой выгоды новое дело пока не приносило. Пока что на развитие студии шли деньги, заработанные Юрием.

А потом о Виктории заговорили. В 1995 году участие Андреяновой в конкурсе «Платье года» принесло ей победу и приз – «Золотую вешалку». Через два года ее коллекция на третьем конкурсе «Платье года-97» опять стала победителем. Виктории снова достался главный приз в номинации «Городское платье». В

том же 1997 году модельер приняла участие в Неделе Высокой моды в Москве и получила Гран-при «Серебряная туника» за коллекцию «Путешествующая аристократка», которой модельер пыталась «возродить традицию аристократического удобного путешествия».

1997 год стал еще одной вехой в творческой жизни молодого модельера. Виктория Андреянова пошла на государственную службу – стала художественным руководителем Дома моделей, созданного на базе предприятия «Президент-Сервис» при Управлении делами президента Российской Федерации, обслуживающего высшие органы государственной власти. Как она утверждает, личный бизнес для нее – это «в большей степени удовольствие». Тут Виктория реализует свои «творческие амбиции». А работа в «Президент-Сервисе» – это совсем другое. «Здесь я должна иногда наступать на горло собственной песне и делать то, что нужно клиенту, – признается Андреянова. – Это тоже очень интересная сфера, потому что мне вообще интересно создать нечто симпатичное в узких рамках какой-то определенной задачи».

К этому времени сложился стиль Виктории Андреяновой. Она предпочитает шить для женщин чуть старше 30 лет – это ее любимый возраст. Она считает идеальным костюм из дорогой натуральной ткани, который годится для любых случаев – начиная от деловых переговоров и заканчивая обычной вечеринкой в кругу друзей. В своих моделях она придерживается правила: «сомневаясь, воздержись». «Когда с модели убираешь все лишнее, – говорит модельер, – то остается совершенная форма и качественная ткань. Тогда получается шедевр. Я стараюсь делать вещь, в которой можно жить, даже если она экстравагантна и показывается с подиума…» Ее модели – просты, но изящны и гармоничны. «Я очень хорошо отношусь к авангарду, – признается Виктория. – Но больше люблю простые модели. Используя кутюрные ткани: шелк с металлом, шелк с мехом, пытаюсь адаптировать их к нормальной жизни. Я делаю вещи, в которых можно жить ярко и комфортно. Это мое правило».

С 1997 года Виктория ежегодно участвует в Неделе Высокой моды в Москве. Ее коллекции «Снежная баба» (1998 г.) и «Happy end!» (1999 г.) привлекли внимание. А 2000 год снова принес ей победу. На VII Неделе Высокой моды Виктория Андреянова представила коллекцию «Осторожно! Женщина!», которая имела ошеломляющий успех и получила главный приз – «Золотой манекен». Эту коллекцию Виктория посвятила своей сестре, которая на тот момент ждала второго ребенка. До глубины души зрителей тронул финал выступления. Когда под звуки мелодии

My Darling Baby на подиум вышла хрупкая девушка в свободном ситцевом платье с прижатой к животу огромной подушкой из того же ситца, символизирующей красоту материнства, зал заплакал.

Через год после «Осторожно! Женщина!» на Неделе Высокой моды в следующем году Виктория Андреянова выступила с новой коллекцией «Показательные выступления». Решив принять участие в Неделе, она собиралась «немножко дистанцироваться от конкурса», расценивая свою коллекцию, по ее собственным словам, «именно как показательное выступление, так как в прошлом году уже получила “Золотой манекен”». Но когда на подиум вышли модели – девушки из сборной России по художественной гимнастике, зал пришел в восторг. Неожиданно даже для самой Виктории коллекция, получившаяся «энергетически невероятно заряженной», заняла первое место и принесла второй «Золотой манекен» ее автору. Андреянова стала пока что единственным российским дизайнером, которому удалось дважды получить высшую награду российской моды.

В 2003 году Виктория Андреянова стала победителем конкурса на разработку новой форменной одежды для персонала Аэрофлота. Костюм в синих, оранжевых и серебряных тонах закатного неба настолько впечатлил компанию, что было решено даже изменить дизайн салона самолета в соответствии с новой цветовой гаммой.

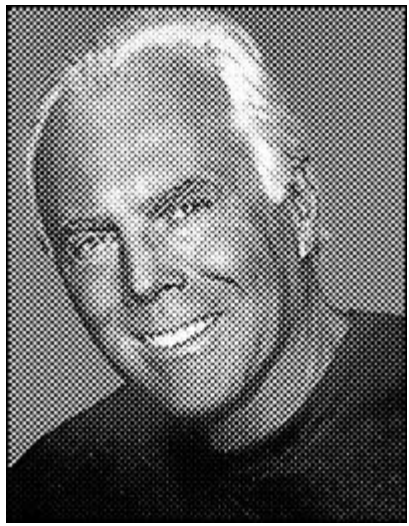
Сегодня Дом моды Виктории Андреяновой называют образцом семейного предприятия. Вместе с Викторией до сих пор работает Юрий, хотя они расстались уже давно, прожив вместе десять лет. Тогда в жизни Виктории появился новый мужчина. «Если бы мне раньше сказали, что со мной такое может быть, – говорит Виктория, – я бы не поверила. Потому что считала, что выходить замуж нужно один раз в жизни». Ее второй муж, Андрей, химик по образованию, тоже никогда не собирался заниматься модой. Однако теперь он – один из ближайших помощников и советчиков Андреяновой. Он отвечает за рекламу Дома моды и занимается компьютерной графикой. Кроме того, именно на нем лежит груз забот об их доме и детях, особенно о младшей дочери Лизе. Когда она появилась на свет, Виктория была уже чрезвычайно занятой женщиной. Весь день накануне родов она провела в студии, разрабатывая новую коллекцию, да и потом сразу же вернулась на работу, не пробыв в декрете ни дня. Виктория во всем может положиться на своего мужа. Андрей надежно защищает все тылы. Несмотря на большую загруженность на работе, он все же чаще бывает дома, и все вопросы, связанные с хозяйством, решает сам. Если бы не он, считает Виктория, она вряд ли смогла бы так комфортно

работать.

В семейный модный бизнес вовлечена и старшая дочь Юлия, которая нередко сопровождает Викторию в деловых поездках. Сейчас Юля учится в Академии народного хозяйства им. Плеханова по специальности «Деловое администрирование». «Мы решили выращивать своего директора, – говорит В. Андреянова. – Она очень организованный человек, у нее хорошо получится». А преемником мамы станет, скорее всего, Лиза, считает сама Виктория. Это, правда, вызывает опасения у старшей сестры, которая обладает строгим английским вкусом, в отличие от маленькой Лизы, которой пока что нравится «все, что больше блестит»: «Ты представляешь, я буду директором Дома, а вдруг она станет модельером? Что я буду с ней делать?» Однако Виктория Андреянова, вся жизнь которой опровергает бытующее мнение, что карьера и любовь несовместимы, довольна: «Мне кажется, при такой семье, как у меня, при таком понимании друг друга можно иметь этот бизнес».

АРМАНИ ДЖОРДЖИО

(род. в 1934 г.)



Легендарный итальянский модельер, имя которого известно даже тем, кто не интересуется модой. Начав карьеру относительно поздно – почти в 40 лет, он стал символом элегантности и хорошего вкуса в одежде. «Великолепный Джорджио», «рыцарь блейзеров», он почти всегда чуть-чуть, хоть на полшага, но опережает весь остальной мир моды. Его профессиональные достижения были неоднократно отмечены. Джорджио Армани – обладатель множества самых престижных титулов, среди которых – «Человек года», «Лучший модельер мира», «Gran Cavaliere Della Republica» и высшая награда Италии – «Commendatore Dell Ordine Al Merito Della Republica». Он стал лауреатом премии Совета модельеров Америки (CFDA) «За высочайшие достижения» за вклад в развитие искусства и моды. В 1991 году этот врач-недоучка стал почетным доктором искусств лондонского Королевского колледжа искусств (Royal College of Art). В 1996 году известный театральный режиссер Роберт Вилсон создал грандиозное шоу «История Джорджио Армани» (GA. Story), посвященное творческой деятельности знаменитого кутюрье. А к 25-летию творчества модельера нью-йоркский музей Гуггенхайма, один из самых престижных центров современного искусства в мире, продемонстрировал экспозицию его моделей. Это тем более почетно, что Армани стал первым и единственным модельером,

чьи работы представлял этот музей.

Джорджио Армани родился 11 июля 1934 года в небольшом городке Пьяченце на севере Италии неподалеку от Милана. Он был одним из троих детей в обычной итальянской семье. Еще в детстве, выпавшем на тяжелые военные годы, маленький Джорджио получил первые уроки эстетики в одежде. Он любил наблюдать, как в скромных бело-черных выходных костюмах шли в церковь его соседи, такие же труженики, как и его родители. Эти два цвета – белый и черный – впоследствии и лягут в основу всего творчества Армани, сделав его знаменитым.

Через какое-то время жизнь Джорджио изменилась. Его отец получил место директора транспортной фирмы в Милане, и семья Армани переехала в город. Если бы тогда мальчику кто-нибудь сказал, что его имя станет легендой в мире моды, он, понятное дело, ни за что бы не поверил. Джорджио мечтал о другом. Окончив школу, он решил стать врачом-терапевтом и поступил на медицинский факультет Миланского университета. «В обычной провинциальной семье сын должен был стать юристом или врачом, вот я и пошел в медицинский», – вспоминает Армани. Но уже после второго курса юноша понял, что выбрал не тот путь и быть врачом – не его призвание.

Бросив университет, Джорджио стал помощником фотографа, а потом пошел в армию. Надежды родителей на то, что после службы их сын все же получит медицинское образование, не оправдались. Вернувшись домой, Армани в 1957 году устроился в крупнейший миланский универмаг «Ринасценте» (La Rinascente) простым подсобным рабочим. Очень быстро начальство заметило старательного молодого человека, и Армани стал подниматься по карьерной лестнице. Сначала ему поручили оформлять витрины магазина, а потом перевели на должность продавца и менеджера по закупкам одежды.

Работа в магазине стала хорошей наукой для будущего модельера. «Никакой формальной школы у меня нет, и все же моя школа лучше, чем у многих», – заявляет Армани. И действительно, каждодневно работая с одеждой и покупателями, он «учился отличать по-настоящему элегантные вещи от дешевого ширпотреба, как губка, впитывал азы портновского искусства, пытался разобраться в том, по каким законам те или иные вещи входят в моду или объявляются устаревшими». «Там я понял, что такое индустрия моды и чего люди ждут от дизайнеров», – говорит кутюрье. Тогда его привлекал английский стиль: «В то время, в конце 60-х, Англия была крупнейшим центром моды. Пока я работал в “Ринасценте”, мы частенько ездили в Лондон –

просто чтобы познакомиться с новейшими тенденциями в моде. Мы бродили по улицам, по магазинам и с жадностью все запоминали».

Во время очередных закупок в 1964 году Армани познакомился с Нино Черрути, влиятельным на тот момент итальянским модельером, который пригласил молодого человека к себе на работу. Семь лет Джорджио разрабатывал модели мужской одежды прет-а-порте для Дома Cerruti. Попробовав себя в создании собственных коллекций, Армани в 1970 году расстался с Нино и пустился в «свободное плавание». Еще несколько лет модельер работает freelance-дизайнером для различных Домов моды, в том числе для таких корифеев, как Эммануэль Унгаро и Эрменеджильо Зенья.

1975 год стал решающим в карьере Армани. В этом году он вместе со своим другом Серджио Галеотти создал собственную фирму Giorgio Armani S.P.A. Для этого, правда, пришлось продать старенький «фольксваген». Средств было так мало, что для первой коллекции модельер даже рисовал шариковой ручкой горошки по белому льну, поскольку цветная ткань стоила гораздо дороже. Коллекции мужской и женской одежды прет-а-порте под маркой Giorgio Armani, появившиеся на свет в 1975 году, сразу же привлекли к себе внимание простым кроем, благородными тканями и расцветками. «Когда я только начинал работать в модном бизнесе, – говорит кутюрье, – то старался уследить за всем, что происходило в обществе. Я пытался отразить в моде феминистское движение, которое набирало силу в странах Запада. Еще до меня то же самое делала Коко Шанель, однако после нее мало кто обращал внимание на потребности времени». Изюминкой первой коллекции Армани для женщин стал блейзер мужского фасона, благодаря которому журнал Time поместил на обложке одного из номеров фото дизайнера. До него среди модельеров только Кристиан Диор был удостоен такой чести.

В конце 1970-х – начале 1980-х на смену хиппующей молодежи пришли яппи – «дети больших городов», которые предпочитали носить двубортные костюмы и строгие галстуки. Армани подхватил эту идею и развил ее дальше. Он сделал ставку на элегантность и более мягкие материалы, подобрал необходимые аксессуары – узкий кожаный галстук и ботинки из цветной кожи. Джорджио сделал своим фирменным стилем минимализм, простоту и изысканность. Он создал три «золотых правила моды»: «исключи излишки, придай одежде комфорт и сделай простоту элегантной». «Это была практичная, носимая одежда, а не обложка глянцевого журнала – прямая противоположность французскому люксу», – говорит кутюрье о

своих первых коллекциях. Его любимой моделью стал классический костюм, а любимым цветом – серо-бежевый, который благодаря Джорджио даже получил специальное название – greige. Кроме greige в коллекциях художника преобладают белый, черный и красный.

Опираясь на классику, Армани совершенно преобразил женщину. На основе мужского пиджака он создал стильный женский – всего лишь чуть наметив талию, немного больше открыв грудь и предложив в комплекте с ним полупрозрачную блузку. Потом он произвел революцию в вечернем женском костюме, предложив в паре с ним удобные туфли на низком каблуке или на плоской подошве.

«Я дал женщинам практичную одежду, в которой они могли жить и работать, не испытывая особых сложностей, – говорит модельер. – Разумеется, поскольку потребности моих клиенток менялись со временем, мой стиль тоже менялся. Сначала они хотели завоевать свое место в офисе, а для этого требовались костюмы, немного напоминавшие мужской стиль. Затем, когда завоевание рабочего места было закончено, стиль смягчился, стал элегантнее и женственнее». И женщины оценили стиль от Армани. Первой среди знаменитостей, начавшей одеваться у итальянского кутюрье, стала «самая модная женщина на планете» Марлен Дитрих. Затем на обложке одного из глянцевых американских журналов в костюме от Армани появилась Мишель Пфайфер.

А потом на Армани обратил внимание Голливуд. Покорение этой вершины началось для модельера с выходом в свет картины «Американский жиголо» (1980 г.), в котором молодой Ричард Гир появился в костюме от Армани. С этого момента вот уже почти четверть века итальянский кутюрье принимает заказы от звезд Голливуда. Среди его клиентов – Брюс Уиллис, Арнольд Шварценеггер, Ричард Гир, Гвинет Пэлтроу, Джон Траволта, Роберт Де Ниро, Орнелла Мути, Джоди Фостер, Рассел Кроу, Ума Турман, Рикки Мартин, Денис Ричардз, Николас Кейдж, Мел Гибсон, Леонардо Ди Каприо, Джеки Чан. А в 1994 году даже произошел скандал, когда Софи Лорен, более 20 лет одевавшаяся у Валентино, вдруг предпочла ему Джорджио Армани. Ее появление в свете в строгом черном пиджаке, черной прямой юбке и ослепительно белой блузке с высоким воротником (после бесконечной череды широких юбок с рюшами и воланами и платьев с большими декольте) произвело фурор в мире моды и еще больше повысило репутацию кутюрье.

С Голливуда началось восхождение Армани. Но к моменту появления «Американского жиголо», фильма, с которого началась

его всемирная слава, он уже создал линии Giorgio Armani Le Collezioni, Mani Uomo and Donna, Armani Junior, Armani Underwear, Armani Swimwear, Emporio Armani и Armani Jeans. Наладив выпуск одежды прет-а-порте, модельер с 1987 года стал разрабатывать линии духов, аксессуаров для гольфа, очков и часов. В конце 1980-х – начале 1990-х появились линии трикотажа и одежды для занятий лыжным спортом. После смены интерьера в миланском бутике у маэстро родилась идея разрабатывать дизайн интерьеров. На сегодня насчитывается 12 линий Дома Армани, рассчитанные на людей любых возрастов и разных финансовых возможностей.

Еще одним достижением Армани в 1990-х годах можно считать то, что он стал автором униформы для «Алиталии» – крупнейшей итальянской авиакомпании. В творчестве Джорджио следует своему кредо: «Мода не должна бросаться в глаза». Модельер считает, что самое сложное – это простота. Огромное значение он придает выбору ткани. «У одежды есть свой язык, внутренний голос, – считает кутюрье. – Одежда – это живопись и скульптура. Мы – художники, зодчие и портные». Он не понимает тех модниц, которые покупают платье на сезон. Джорджио Армани уверен, что любая вещь обязана служить долго, она должна влюбить в себя своего владельца, чтобы тот сумел устоять перед искушением купить что-то новенькое. Именно поэтому он предлагает классику – то, что модно всегда и что к лицу всем – и молодым, и людям преклонного возраста, и худым, и полным. Однако Армани не стал конформистом. «Мне порой очень хочется снова совершить революцию, – говорит он. – Сделать нечто, в чем меня никто не сможет узнать». И время от времени кутюрье создает необычные для него коллекции – в японских, китайских, русских традициях. «Мне все время хочется доказать, что я могу по-другому, я чувствую себя заключенным в этой минималистской клетке».

Наверное, это нескромно, но Армани считает себя единственным из модельеров, кто делает одежду прет-а-порте класса люкс. Для него люкс – это в первую очередь качество. «Это как маленькая коробочка из дерева ценной породы, – говорит кутюрье. – Когда я был молодым, люкс ассоциировался исключительно с Hermes, а сегодня это понятие слишком коммерческое». Он любит повторять: «Мне всегда хотелось помочь мужчинам и женщинам чувствовать себя комфортно и уверенно в той одежде, которую они купили, а не делать моду ради моды. Я считаю, что стиль – это та единственная роскошь, которую можно себе позволить независимо от того, есть у тебя деньги или нет».

Сегодня Армани стоит во главе огромной империи, которую он создал своим трудом. После смерти друга и компаньона Серджио Галеотти он является председателем совета директоров и единоличным владельцем контрольного пакета акций холдинга Giorgio Armani S.P.A., что сейчас довольно большая редкость в мире моды, который прибрали к рукам крупные корпорации. На Giorgio Armani работают более 4000 сотрудников. Годовой доход от продаж достигает одного миллиарда долларов. Продукция Дома моды реализуется в 235 бутиках по всему миру.

Армани создает более 20 коллекций в год. Он может трудиться целыми сутками, почти без отдыха: «Я работаю как одержимый, пока коллекция не воплотится в те формы, которые мне хотелось ей придать». Не удивительно, что он сам называет себя «работоголиком», повторяя: «Мое любимое развлечение – работа». Когда Армани спрашивают, как ему при этом удается держать себя в прекрасной форме, он говорит: «Я много и быстро хожу. Занимаюсь спортом, поднимаю тяжести, работаю на тренажерах. Не переедаю, не курю, не пью. Пытаюсь спать столько, сколько нужно моему организму. И работаю, работаю, работаю. Вот вам и весь секрет. А еще я очень счастлив. Быть счастливым – это непременное условие нашей жизни». Еще один секрет Армани – не останавливаться. «Какие планы? О, Мадонна! Жить – вот какие планы!» – улыбается Король Джорджио, человек, «за которым трудно угнаться».

БАЛЕНСИАГА КРИСТОБАЛЬ ЭЙСАГУЭРЕ

(род. в 1895 г. – ум. в 1972 г.)

Родившись в бедной рыбацкой деревушке, он одевал самых красивых, самых богатых и самых титулованных женщин своего времени. Его клиентками были королевы Испании и Бельгии, принцесса Монако, герцогиня Виндзорская, Полин де Ротшильд, Мона фон Бисмарк, Ингрид Бергман и Марлен Дитрих. У него начинали свою карьеру модельеры Андре Курреж и Оскар де ла Рента, Юбер Живанши и Эммануэль Унгаро. Легендарная Коко Шанель говорила о Баленсиаге: «Он единственный Кутюрье в прямом смысле слова – все остальные дизайнеры».

В книге Эриха Марии Ремарка «Жизнь взаймы» героиня на последние оставшиеся у нее деньги покупает пять платьев у Баленсиаги. Мол, гулять так гулять. Этот факт очень показателен и говорит о том, что на тот момент именно Баленсиага был недостижимой величиной и непререкаемым авторитетом в мире моды. Впрочем, его статус гения и новатора, поднявшего искусство кроя и шитья на совершенно иной уровень, вряд ли кто-либо будет оспаривать и сегодня. Даже коллеги никогда не отзывались о великом испанце иначе, как в превосходной степени, что вообще редко для их профессии. Большинство

наиболее знаменитых в настоящее время модельеров называют его своим учителем. Такого признания, пожалуй, больше не было ни у кого. Тем не менее, когда у не профессионала спрашивают, кому бы он отдал пальму первенства среди известных ему законодателей мод, фамилия Баленсиаги звучит крайне редко. А ведь его жизнь настолько удивительна, что о ней можно написать не одну книгу и снять не один фильм. Судите сами.

В 1895 году в маленькой баскской рыбацкой деревушке Гуэтария в семье моряка и швеи родился мальчик, которого нарекли Кристобалем. Испания в то время была, как всем известно, монархией. Возможно, наряды знати изредка посещавшей их бедные края произвели на ребенка такое впечатление, что поселили в его сердце мечту создавать такую же красоту. Либо профессия матери наложила свой отпечаток. По крайней мере, она сделала это желание не беспочвенным (сын часто помогал ей в работе). Если вначале кто-то и сомневался, что Кристобаля ждет великое будущее, то вскоре у него эти сомнения отпали. Как именно произошла историческая встреча будущего кутюрье и красавицы маркизы де Касас Торрес, скрыло время. Известно только, что молодое дарование 13 лет от роду потрясло своими вполне зрелыми и профессиональными замечаниями именитую даму. Предметом разговора были стиль и манера одеваться. Маркиза даже снизошла до того, что показала мальчишке один из имевшихся у нее нарядов от кутюр. Более того, разглядев в нем талант, она заказала ему костюм для себя. И не прогадала. Парень с честью выдержал испытание. Представьте себе: дама из рода де Касас Торрес носила туалет, сшитый, говоря по-современному, пацаном! Это стало началом их долгого и плодотворного сотрудничества, а затем и дружбы.

Уже через год покровительство знатной знакомой позволило Баленсиаге посетить Мекку мировой моды – Париж. Эта поездка дала Кристобалю возможность приобрести совершенно неоценимый опыт. В 16 (!) лет, опять-таки не без помощи маркизы, он открывает свое первое ателье и не где-нибудь, а в Сан-Себастьяне. А в 1915 году там же Баленсиага создал собственный Дом моды. Через пять лет появились и именные салоны в двух вечно конкурирующих важнейших городах Испании – Мадриде и Барселоне. Великолепие королевского двора не могло не произвести впечатления на человека, посвятившего себя шитью (члены монаршей семьи были в числе клиентов). Возможно, именно в этом кроется многолетняя любовь дизайнера к дорогим тканям и аксессуарам. Это всегда делало его одежду очень дорогой, но он никогда не соглашался на какую-либо замену.

Начавшаяся гражданская война способствовала тому, что Баленсиага переехал из родной страны в соседнюю Францию, оказавшуюся очень гостеприимной. Его, конечно же, ждал Париж и поддержка целого ряда людей из деловых кругов. В столице моды Дом Баленсиага открылся в 1937 году. Его адрес известен всем знатокам и людям, просто следящим за модой, – авеню Георга V, № 10. Дело в том, что позже номер дома послужил названием для знаменитых духов, созданных Баленсиагой, – Le Dix (они были выпущены в 1947 году). На протяжении всей своей карьеры он до конца оставался испанцем. Его мода была такой же пылкой, страстной и одновременно строгой и величественной. Модели дизайнера подчас напоминали полотна его великих соотечественников: только лучшие ткани, шлейфы, драпировки, воланы, богатая отделка и кружева. Феноменально, но при этом Баленсиаге удалось стать великим французским кутюрье. Его слова, рассматриваемые многими как творческое кредо, цитировались уже, наверное, сотни раз самыми разнообразными изданиями и людьми. Он говорил: «Модельер должен быть архитектором в эскизах, скульптором в форме, художником в цвете, музыкантом в гармонии и философом в чувстве меры». Кристобаль Баленсиага следовал своим правилам, а не только декларировал их. В чем же секрет его успеха? В бесспорном таланте, невероятной работоспособности, постоянном везении или в чем-то еще?

Когда Баленсиага только начинал свою деятельность в Париже, было принято публиковать списки самых элегантных и одевающихся с наибольшим вкусом женщин. Большинство этих дам, конечно, были весьма известными. Но стоило им увидеть одежду испанского кутюрье, как они сразу в нее облачились. Средства массовой информации, само собой, не остались в стороне. Это нельзя назвать большой удачей дизайнера, скорее – это был закономерный результат его мастерства. «Баленсиага – это единственный модельер, который может нарисовать, выкроить, собрать и сшить платье от начала до конца», – говорила о нем Коко Шанель. И такая модель действительно присутствовала в каждой коллекции мастера. Причем Баленсиага одинаково виртуозно кроил обеими руками. Ширпотреб его не интересовал, ему претила речь о какой-либо массовости модели. Главными для него всегда были интересы клиента. Так, например, работая на родине, Баленсиага всегда учитывал испанский менталитет и как бы адаптировал под него парижские веяния. Кроме того, он всегда очень трепетно относился к женщинам с нестандартной фигурой или с какими-либо недостатками. Он считал своим профессиональным долгом

помочь им почувствовать себя красивыми. А уж не лишенная шарма дама в его одежде чувствовала себя просто королевой. «Первая примерка костюма от Баленсиаги смотрится точно так же, как третья от любого другого мастера», – утверждала Марлен Дитрих. Придание куску ткани вида произведения искусства было для кутюрье делом нескольких минут. Недаром созданные им платья контрабандой вывозили из оккупированного немцами Парижа.

После войны талант Баленсиаги раскрылся в полной мере. Обновленный, воскресающий и раскрепощенный мир требовал новой моды. И он ее получил. 1945-й и 1951-й стали годами творческих прорывов и побед дизайнера. Позже их назовут «революцией Баленсиаги». Какие же перемены принесли ветры, созданные великим испанцем? Итак. Какая бы одежда ни создавалась, угол ни при каких обстоятельствах не должен быть острым. Только округлые пуговицы, воротники (он ввел их впервые), кромки кружев, вырезы и вообще очертания. Максимум свободы – юбки чаще всего с запахом, шея открыта (это тоже было нововведением). Вечерние наряды шикарны, дневные – строги. И с одной стороны, их сложность и эффектность, а с другой – простота. Особенно это ярко выражалось в покрое рукавов. У вечерних туалетов они были особенно пышными. Баленсиаге также принадлежит изобретение рукавов на три четверти. Вообще, если говорить о первенстве, то тут испанский кутюрье мог бы без лишней скромности посоперничать с любым своим коллегой. Ему мы обязаны введением в моду широких плечей и приталенных лифов, спущенной линией талии, жакетами и пальто в стиле «сак». Юбка-бочонок и платье-туника, блузки без воротника, платье-трапеция и платье-мешок – вот далеко не полный перечень плодов фантазии Кристобаля Баленсиаги. За творческие достижения 12 мая 1958 года он был награжден орденом Почетного легиона. А каким был в жизни этот человек – маг и волшебник на подиуме?

Личность Баленсиаги породила массу легенд и домыслов. Будучи человеком знаменитым, при этом он был совершенно чужд публичности. Крайне редко давал интервью и фотографировался, вообще вел уединенный образ жизни. Только очень малый круг посвященных был допущен к близкому общению с ним. Работал Баленсиага, как правило, молча, и ассистентам приходилось вырабатывать у себя умение угадывать желания мастера или даже предугадывать. Следует заметить, что это была для них очень хорошая школа и большинство из них стали фигурами не менее известными.

За показами своих коллекций Баленсиага наблюдал из-за

занавеса, но сам на сцену не выходил. С 1957 года он запретил журналистам посещать их (беспрецедентный случай в истории моды), считая, что те могут сформировать неверное мнение покупателей, которые должны полагаться только на собственное суждение. Пресса знакомилась с коллекцией по прошествии восьми недель. Некоторые называли Баленсиагу аскетом, но близко знавшие его люди с этим, наверное, не согласились бы. Говорят, что среди своих он бывал не просто элегантным и раскованным, но и остроумным, подчас до язвительности. Наиболее метким в отношении мэтра является определение «денди-отшельник», данное однажды кем-то из журналистов.

Одежда для Баленсиаги была способом самовыражения, произведением искусства. Массовость готовой одежды переставала делать ее авторской и, по его мнению, убивала Высокую моду. И в 1968 году, после поездки в Соединенные Штаты, где он познакомился с производством готовой одежды, модельер принял решение не перестраиваться, а завершить свою деятельность, поскольку мог позволить себе не следовать законам рынка. Были закрыты салоны в Париже, Мадриде, Барселоне. На публике дизайнер появился в последний раз на похоронах великой Коко Шанель. Дело всей жизни было продано, себе он оставил только парфюмерную отрасль. Сегодня ее владельцами являются Режин и Жак Конкьер. Сам Дом Баленсиаги с недавних пор принадлежит Gucci Group. После смерти своего основателя 24 марта 1972 года (в городе Валенсия) он постепенно угасал. В 1999 году руководство Домом взял на себя другой испанец – Николя Гескьер. У него получилось то, что не удавалось его предшественникам – вернуть величие марке Баленсиага. Она не просто возродилась, но и вновь обрела статус законодателя модных тенденций. Недавно на конкурсе Fashion Avards Совет модельеров США присвоил Гескьеру звание International designer of the year.

Кристобаль Баленсиага как-то выразился, что, мол, жизни модельера не позавидуешь, поскольку она скорее собачья. Но он прожил ее так, что заставил всех поверить в то, что она сказка.

БАЛЬМЕН ПЬЕР

(род. в 1914 г. – ум. в 1982 г.)

Основатель одного из самых знаменитых в мире Домов моды.

Пьер Бальмен родился 18 мая 1914 года в горах Савойи, в городке Сен-Жан де Марьен. Отец его был самым крупным и успешным оптовым торговцем тканями в округе, а мать работала в модном бутике, который принадлежал ее сестрам. Когда на семью обрушилось несчастье – умер отец будущего модельера, – у мальчика сложились на удивление теплые отношения с мамой и тетками. Фактически Пьер вырос в магазине, который казался ему самым лучшим местом на земле, среди великолепных тканей, которыми он любил играть. Еще совсем маленьким Бальмен обращал внимание на покрой платьев покупательниц; одни вызывали у него искренний восторг, а другие – лишь легкое недоумение, а то и вовсе насмешку. Правда, свои эмоции малолетний «специалист» старался держать при себе – все же он был хорошо воспитан… Зато в конце дня мальчик охотно делился с матерью своими наблюдениями.

Франсуаза Бальмен не знала, стоит ли ей радоваться внимательности сына и его тонкому чутью дизайнера. Ведь больше всего на свете она хотела, чтобы Пьер стал военным хирургом… Однако душа будущего модельера никак не ощущала призвания «латать» чьи-то тела. Он собирался и дальше возиться

с тканями – причем, с большим удовольствием. Так что, окончательно определившись с выбором профессии, юный Бальмен отправился в Париж, где собирался изучать дизайнерское мастерство. Правда, такое решение не вызвало восторга его матери, считавшей, что «мода не является профессией». Пьеру, выдержавшему длительные словесные баталии с разъяренной родительницей, пришлось пойти на компромисс: мать соглашалась отпустить сына в Париж только в том случае, если он будет учиться архитектуре… Итак, Бальмен отправился покорять столичную Школу изящных искусств. Но уже будучи студентом, совладать с чертежами парень так и не смог.

Занявшись наконец любимым делом, молодой человек завел специальную записную книжку, в которую заносил зарисовки оригинальных моделей одежды. Неожиданно преподаватели заинтересовались работами Пьера, и в 1934 году он получил предложение поработать младшим художником у Молино. На раздумья студенту дали месяц, в течение которого ему следовало определиться: стоит ли и в дальнейшем тратить время на изучение архитектуры, или ему предназначен удел модельера. Естественно, архитектура получила решительную отставку.

У Эдварда Молино Пьер проработал два года, прекрасно зарекомендовав себя. У парня появились неплохие карьерные перспективы. Однажды молодой человек едва не опоздал на работу, увидев англичанку, одетую в костюм, в создании которого он лично принимал участие… В 1936 году его призвали на военную службу. Уходя в армию, Бальмен получил от своего наставника 500 франков и – что было значительно более важным – обещание сохранить за ним рабочее место. Пьеру повезло: его довольно быстро перевели в Париж, и большую часть свободного времени он проводил у Молино, занимаясь своими прямыми обязанностями.

Однако работодатель не сдержал слова, и после демобилизации Бальмен пополнил ряды безработных. Правда, не надолго. Уже в 1939 году он получил место у Лелонга. Когда же началась война, Пьер уехал из столицы и отправился в Аксле-Бэнс, где жила его мать, и стал помогать ей в недавно открытом магазине готового платья. Но Париж позвал молодого дизайнера к себе: в 1941 году снова заработал Дом моделей Люсьена Лелонга и тот предложил Бальмену совместно с другим молодым художником, Кристианом Диором, контролировать весь цикл создания новой коллекции. Естественно, перед таким предложением Пьер не устоял.

Мать, смирившись с тем, что ее сын уже никогда не станет ни врачом, ни архитектором, выплакала свое горе на скамейке в саду

Тюильри во время одной из встреч с Пьером. А затем, утерев слезы, стала его самым близким другом, надежным соратником, внимательным и дотошным критиком. Возможно, если бы не мать, показ первой коллекции Бальмена вообще бы не состоялся. Дело в том, что накануне показа из сейфа исчезли 200 000 франков, сэкономленные именно для этих целей. Таких денег молодой дизайнер не мог больше найти нигде. И тогда Франсуаза Бальмен, не колеблясь, отдала сыну единственную фамильную драгоценность – дорогое кольцо… Показ состоялся, и, несмотря на некоторые скандальные моменты (во время дефиле в зале сцепились эрдельтерьер, которого должна была выводить манекенщица, и пудель одного из гостей; собак растаскивали буквально все присутствующие, включая прессу), журналисты единодушно отметили: на небосклоне моды зажглась новая звезда.

Дизайнеры на удивление быстро нашли общий язык. Работалось им вместе легко: в течение нескольких лет они настолько успешно дополняли друг друга, постоянно советуясь и обмениваясь идеями, что в результате о каждой конкретной модели коллекции нельзя было сказать, кто же, собственно, ее создал… Такое единодушие даже натолкнуло Диора и Бальмена на идею создания совместного Дома моды, но, к сожалению, этот проект так и не осуществился.

Вместо того чтобы и далее работать вместе с Диором, Бальмен в 1945 году открыл в Париже, на улице Франсуа, 1, собственный Дом моды. Уже 14 октября того же года он представил на суд столичных жителей первую маленькую авторскую коллекцию одежды, акцент в которой был сделан на брючные костюмы с жакетами из грубой ткани, присборенные на плечах кимоно, вечерние костюмы и узкие вечерние платья из тафты. Кроме того, в коллекции присутствовали пышные фантазийные наряды, отделанные искусственными ягодами и листьями, серебряной вышивкой и стразами. Модели Бальмена поразили парижан: модельер напомнил соотечественникам о яркости и пышности – о чем они забыли в тяжелые военные годы. Так и остались работы Пьера символом роскоши, поскольку в представлениях молодого дизайнера платье являлось не просто красивой полезной вещью, а становилось предметом чистой красоты. Его модели представляли собой саму элегантность, грацию, стильность и нежность, воплощенную в шелке и шерсти, оттененную цветами, перьями и воздушными кружевами.

Бальмен сумел создать новый образ активной, элегантной, независимой женщины. Воплотившись в коллекции Julie Madame («Веселая мадам»), он почти сразу же стал признанным символом

50-х годов прошлого века. Одежда от Бальмена быстро завоевала популярность, а Гертруда Стайн (американская писательница и близкий друг Пьера) дала определение творчеству своего любимого дизайнера, заявив, что он создает «новый французский стиль».

Работая над очередной коллекцией, Бальмен сам много рисовал (у него был настоящий талант художника). Начинал модельер всегда с самых простых набросков, которые по мере построения коллекции усложнялись, оттачивались, выкристаллизовывались. Особенно любил Бальмен работать с мехом. В его моделях часто присутствовали элегантные пушистые акценты: на прозрачное вечернее платье из тюля он мог надеть пояс из норки, а длинное облегающее атласное платье дополнить леопардовой шейной горжеткой и такой же муфтой. Часто появлялись у него и горностаевые накидки, а бархотка из каракуля, расшитая жемчугом, вызвала настоящий ажиотаж в мире моды. Обилие вышивки также было привычным в коллекциях этого дизайнера. Причем выполнялись узоры из серебра, бронзы и золота; кроме того, вышивка Бальмена включала в себя всю гамму нежнейших оттенков льдисто-голубого и серого. Что же касается повседневных моделей, то их мастер выдерживал, в основном, в нежных, мягких тонах. Чаще всего это были розовато-лиловые, миндальные, бледно-желтые оттенки.

Пьер был очень общительным человеком, что называется, легким на подъем. Его постоянно видели на модных вечеринках, на спектаклях в театре и опере. А страсть модельера к архитектуре выразилась весьма оригинальным способом: пробившись в элиту мира моды и начав получать солидные прибыли, он стал… коллекционировать дома. При этом Бальмену принадлежала недвижимость не только во Франции. У дизайнера имелись также собственные резиденции в Марокко, Нормандии и на Эльбе (кстати, остров принадлежал мастеру целиком). Между прочим, последнее пристанище Наполеона Пьер буквально пядь за пядью выкупал у Таиланда. Приобретенную территорию он «перекраивал» по собственному вкусу.

Одним из самых любимых дел модельера было создание костюмов для театра и кино. Достаточно сказать, что Бальмен выступал в качестве костюмера в более чем 100 проектах. Пьер одевал Брижит Бардо, Марлен Дитрих, Одри Хепберн, Аву Гарднер – женщин, которые олицетворяли собой целую эпоху, являлись образцом красоты и элегантности для миллионов зрителей. Кроме того, к услугам французского мастера прибегали дипломаты и их семьи, члены королевских фамилий. Например,

среди постоянных клиентов Бальмена числилась королева Таиланда Сирикит. В платьях Пьера предпочитали венчаться все королевы, принцессы и герцогини, о таких туалетах мечтали девушки из высшего света Франции, Англии, Америки…

Однако, несмотря на свою жизнерадостность и общительность, Бальмен в течение жизни так и не смог избавиться от… мучительной, болезненной стеснительности. Так, он никогда не мог заставить себя заговорить с женщиной, одетой от Бальмена, и при невероятном количестве знакомых не имел близких друзей.

Но не творчеством единым жил модельер. Пьер, как оказалось, был бизнесменом по призванию (видимо, сказалась наследственность). Обычно начинаниям мастера сопутствовал успех. Первый свой бутик в Париже он открыл еще в 1947 году. Магазин «Красавица» получил свое название в честь одного из самых популярных силуэтов, созданных Бальменом. Вскоре бутики этого дизайнера открылись в Венесуэле, Бразилии, Нью-Йорке. Последний, кстати, представлял линию прет-а-порте. А на Эльбе Пьер основал спортивную линию своего Дома под названием «Эльбальмен». Но по финансовым причинам Бальмен все же вынужден был продать свой Дом моды в 1977 году, оставшись, впрочем, на посту креативного директора, ответственного за создание коллекций.

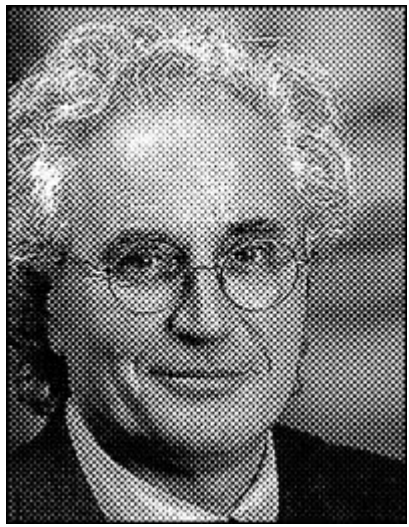
Естественно, что модельер хотел сделать создаваемые им образы как можно более совершенными. А этому способствовали не только сами разработки моделей, но и определенные ароматы. Так что в 1946 году Пьер всерьез задумался над созданием собственных парфюмов и… выпустил духи Elysees 64–83. Интересно, что для названия Бальмен использовал номер собственного телефона! Аромат получил положительную оценку специалистов и стал довольно популярным. Правда, до известности последующих духов, выпущенных Пьером, Elysees 64–83 было весьма далеко: Vent-Vert (1947, родоначальник «зеленых» ароматов), Jolie Madam (1949), Miss Balmain (1960), Ivoire (1979), Ebene (1982) стали излюбленными парфюмами огромной армии приверженцев марки Бальмена.

Когда 29 июня 1982 года Пьер Бальмен ушел из жизни, его Дом моды продолжил свое существование. Многочисленными отделениями и 220 лицензиями стал руководить человек, в течение многих лет бывший правой рукой знаменитого модельера, – датчанин Эрик Мортенсен. Новый глава Дома свято придерживался слов человека, сумевшего создать настоящую империю моды: «Величайшая простота – вот высшая проверка на элегантность».

Мортенсен, в свою очередь, покинул пост руководителя Дома моды в 1990 году, передав бразды правления в руки молодого модельера Эрве-Пьера, который в 1990–1993 годах создавал для детища Бальмена коллекции от кутюр и прет-а-порте. В 1993 году знаменитую линию возглавил еще один гигант мира моды – всемирно известный американский дизайнер Оскар де ла Рента. Он сумел создать оригинальные коллекции от кутюр Пьер Бальмен, оживив линию, но при этом не нарушив привычной, «фирменной» цветовой гаммы, струящегося стиля и не исказив дух «Веселой мадам». С сентября 1998 года по март 2000-го художественным директором по коллекциям прет-а-порте, а также по разработке дизайна лицензионных линий являлся бывший помощник Карла Лагерфельда, Жиль Дюфур. Некоторое время за линию Бальмен прет-а-порте отвечала мастерская Дома, а не так давно на должность креативного директора линии от кутюр был назначен Лоран Мерсье.

Незадолго до своей смерти Бальмен сказал: «В нашем веке было несколько кутюрье, имевших мужество совершить революции в моде. Я не могу этим похвастаться. Скорее я имел мужество противостоять революции…» Кутюрье просто оставил после себя удивительный образ праздника, радости, красоты и грации, который, похоже, не устареет никогда…

БЕНЕТТОНЫ



Лучиано Бенеттон

Стильный и лаконичный логотип в виде зеленого прямоугольника с белыми буквами «United Color of Benetton» известен по всему миру. Фирма «Бенеттон», созданная в 1965 году семейством Бенеттон, работает в 120 странах и имеет более 8000 магазинов модной одежды, где продаются только их изделия. Основной «фишкой» фирмы является цвет. Одна модель может быть представлена в нескольких десятках различных цветов. Начиналось предприятие с производства ярких пуловеров, которые продавали в итальянском городке Тревизо. «Бенеттон» сегодня – это международная корпорация, крупнейший производитель одежды в Европе, владелец сети ресторанов Autogrill, телекоммуникационных сетей, автодорог и многого другого.

Массовая мода, организация производства, передовые технологии, полосатые зонтики, сетевой маркетинг, исследование тенденций будущего, мягкие трикотажные свитера разнообразных цветов, скандальные рекламные кампании, автомобили и памперсы – все это «Бенеттон».

Семья Бенеттон живет в небольшом итальянском городе Тревизо неподалеку от Венеции. С окончанием войны несчастья в ней не прекратились. В 1945 году погибает отец семейства, и сеньора Бенеттон остается с четырьмя маленькими детьми на руках. Старшему Лучиано – 10 лет, Джулиане – 8, Карло – 4, а

самому младшему Джильберто всего 2 года. Оставшийся в наследство автопрокат на три машины не приносит достаточных доходов, и через четыре года Лучиано бросает школу и устраивается на работу, чтобы семья смогла свести концы с концами. Сначала мальчик торгует газетами на вокзале, работает подметальщиком в магазине, торгующем бакалеей и одеждой, а затем устраивается продавцом в магазин братьев Деласьеджи. Семейная легенда гласит, что именно в этом магазине Лучиано посетила идея, которая положила начало фирме «Бенеттон».

Унылый магазинчик, несколько моделей одежды выставлено в витрине, остальные вещи сложены в шкафчики и коробки, расположенные за длинным прилавком. Продавец – голубоглазый 18-летний юноша в светло-желтом свитере – терпеливо расспрашивает покупательницу, демонстрирует одежду, извлекаемую из бесконечных ящиков, но женщина не может выбрать нужное. «Я хочу что-то удобное и яркое, как ваш свитер», – сказала она. Особый дар Лучиано заключается в умении слушать и услышать. Бенеттон заметил, что многие уходят из магазина без покупок. Мрачные вещи никого больше не устаивают, а производители предлагают одежду всего четырех цветов. На дворе 1953 год, люди постепенно возвращаются к нормальной жизни, уже начали появляться магазины с красивой и дорогой одеждой, недоступной среднему итальянцу. Простые люди также нуждаются в чем-то «удобном и ярком», таком, как его шерстяной свитер. Свитер, который ему связала сестра. Вот это идея! Вязать и продавать свитера разнообразных цветов и оттенков. Лучиано рассказал про свою идею семье. Бенеттоны продают велосипед и аккордеон, несколько месяцев экономят деньги и покупают в Милане самую современную вязальную машинку. Джулиана принимается за работу, и вскоре появляется первая коллекция, которая состоит всего из 4 моделей, выполненных в 36 различных цветах. Розовые, светло-зеленые, красные, голубые и желтые свитера наполнили весь дом и создали ощущение праздника, вероятно, поэтому Бенеттоны назвали свою коллекцию Très Jolie, что в переводе с французского означает «очень мило». Братья Деласьеджи взяли для продажи первую партию: 35 свитеров, а через неделю, когда она была с успехом раскуплена, заказали еще 600 штук. Лучиано оказался прав: первый купленный свитер был небесно-голубого цвета. Через три года Бенеттоны приобрели еще две машины и наняли двух помощниц. В 1957 году семья покупает дом по соседству и переоборудует его под мастерскую по изготовлению одежды, в которой работает пять человек. Вещи продавались в магазинах Тревизо и в Венеции. Спрос на продукцию увеличивался,

производство процветало, и в 1965 году была официально зарегистрирована фирма «Бенеттон Труп». Она ориентировалась на молодежь среднего достатка, предлагая демократичную и разнообразную одежду. Был придуман лозунг компании: «Одежда для молодых, создаваемая молодыми». Роли распределились следующим образом: Джулиана занималась разработкой новых коллекций и производством, Джильберто – финансами, Карло подбирал сотрудников и руководил фабрикой, которая была построена в городке Понцано Венето рядом с Тревизо. Сердцем компании, конечно же, был Лучиано, который ведал продажами и маркетингом. Вскоре он отправляется в Шотландию, чтобы изучить технологию изготовления мягкой шерсти. Там Бенеттон сделал свою самую удачную инвестицию: на шотландской носочной фабрике он приобрел старые вязальные машины, которые затем были переоборудованы для производства пуловеров. «Стоили они вдвое дешевле новых, но благодаря им нам удалось в два раза увеличить производство», – говорит Лучиано. В первые годы работы создается уникальный исследовательский центр, который сейчас называют Фабрикой Будущего. Его задачей является изучение вкусов разнообразных групп населения различных стран, предугадывание тенденций будущего и представления их в виде символов с помощью графики, дизайна или других средств. Эти художественные образы используются в дальнейшем для разработки новых концепций одежды.

Во время одной из поездок в Рим Лучиано Бенеттон познакомился с Серджио Тальякоццо, чей магазин авангардного трикотажа поражал воображение. Во время беседы торговец высказал мысль, что будущее в торговле принадлежит сетям, которые будут предлагать широкий и быстро меняющийся ассортимент качественной одежды по приемлемым ценам. Этот разговор Лучиано вспомнил, когда к нему с предложением открыть фирменный магазин «Бенеттона» пришел никому не известный Пьеро Марчорелло. И вскоре в небольшом городе Беллуно появляется магазин My Market, торгующий только одеждой компании. Его необычность заключалась в том, что свитера были разложены на многочисленных полках, и покупатели имели возможность сами выбирать то, что им нужно. От этого изобретения Бенеттона итальянцы пришли в восторг. Через некоторое время Марчорелло открывает еще несколько магазинов, один из которых находится на горнолыжном курорте. Удача Бенеттонов щедро одаривает и тех, кто с ними сотрудничает. Через несколько лет Марчорелло становится миллионером. К концу 1960-х в Италии работает уже более 500

фирменных магазинов. Вскоре такие магазины стали появляться и других странах Европы. В 1969 году отрывается первый магазин в сердце мировой моды – Париже.

То, чем занимается их компания, Бенеттон называет «массовая мода», и по его мнению, она имеет две составляющие: соответствие желаниям покупателей и технологичность: «Человек стремится быть индивидуальностью, выделяться в массе. Мы должны делать что-то особенное, чтобы заинтересовать покупателей. Однако необходимо развивать и массовое производство, так как это сокращает издержки. Мы сумели совместить и то и другое».

Мода развивается все стремительней, а процесс изготовления трикотажных изделий довольно длительный. Сначала необходимо окрасить шерсть и только затем связать из нее свитер. Лучиано посещает еще одна гениальная идея: окрашивать уже готовые изделия. Полгода химик Адо Монтана экспериментирует с красителями, разрабатывает технологии окраски и находит требуемый способ. Благодаря этому время поступления новых коллекций на рынок значительно сократилось.

В 1970–1980-е годы компания бурно развивается. Лучиано Бенеттон объясняет это так: «Поскольку все, что приносит успех, быстро копируется и перенимается, нам пришлось рождать все новые и новые идеи. Это была непрекращающаяся гонка, чтобы всегда быть на высоте». В 1972 году компания начинает производство пуловеров для детей до 12 лет, через два года выпускается ставшая чрезвычайно популярной «небесно-голубая» коллекция, которая пополнилась джинсами. В том же году компания приобретает молодежную фирму Sisley. В 1982 году начинается выпуск аксессуаров: перчаток, сумочек, солнцезащитных очков и всемирно известных полосатых зонтиков, через несколько лет появляется серия женской косметики и духов. В середине 1980-х семейная компания превратилась в международную корпорацию Benetton International Holding, которая имела девять фабрик в Италии, Германии и Шотландии и штаб-квартиру в Люксембурге. В 1985 году Бенеттон сделал нестандартный рекламный ход и приобрел команду «Формулы-1», в составе которой выступал Михаэль Шумахер, принесший ей немало триумфальных побед. В середине 1990-х, когда дела у команды были не столь блестящи, Бенеттон продал ее концерну «Рено». Прибыль составила 120 млн долларов. В 1988 году появляется марка Zerodondo, под которой выпускается одежда для детей от рождения и до двух лет. В 1990 году коллекция одежды пополняется брюками, рубашками,

юбками и другими видами одежды. В начале 1990-х «Бенеттон» начинает наступление на спортивный рынок и приобретает компании, которые производят теннисные ракетки – Prince, роликовые коньки – Roller Blade, лыжные ботинки – Nordica, сноуборды – Killer Loop и кроссовки – Asolo.

Сейчас «Бенеттон» производит 90 % своих изделий в Европе. Лучиано считает, что лейбл «Made in Italy» создает добавочную стоимость. Главные приоритеты развития компании – интернационализм и разнообразие, но основным остается производство качественной одежды по умеренным ценам. К своим поставщикам Бенеттон предъявляет самые жесткие требования: качественность товара, умеренная цена, знание новинок и направлений развития в своей области. Организации производства Беннетонов позавидовал бы даже Форд. В среднем раз в месяц выходит новая коллекция, которая состоит из 4000 моделей. Дилеры, прикрепленные к своим регионам, распространяют рекламные каталоги по магазинам и собирают заказы, которые поступают в единый информационный центр компании, где они обрабатываются, а затем передаются на фабрику. По этим данным специалисты «Бенеттона» ежедневно анализируют рыночные изменения в сфере моделей одежды и их цветов. После изготовления заказ упаковывается в коробку, которая по длинному подземному тоннелю направляется в Дистрибутивный центр; его цель – скорейшая доставка товара заказчику. В центре имеется 15 условных выходов, каждому из которых соответствует перечень определенных стран или регионов. Коробке с заказом присваивается номер соответствующего выхода, и как только набирается количество коробок, достаточное для заполнения грузовика, товар тут же отправляется по назначению. Поскольку вся продукция «Бенеттона» производится по заранее оплаченным заказам, то такие проблемы, как «перепроизводство» и «затаривание», для фирмы не актуальны.

В 1982 году Бенеттон понял, что компания нуждается в узнаваемом образе, и подписал контракт с Оливеро Тоскани, чье эпатажное творчество было широко известно. Их сотрудничество длилось 10 лет – до сентября 2001 года. Первая рекламная кампания выттита под лозунгом: «Все цвета радуги!» (All the world’s colors!) Через год его заменил всемирно-известный: «Объединенные цвета Бенеттон» (United Colors of Benetton). Оливеро Тоскани утверждал, что язык современных масс-медиа исчерпал себя, его должен заменить новый, и поэтому, прежде всего, нужно избавиться от категорий. Ему удалось создать собственный визуальный язык, который обращается не к эмоциям

и не к разуму человека, а непосредственно к его подсознанию. На нем говорят герои одного из наиболее известных рекламных постеров, который представляет собой группу обнаженных юношей и девушек разных цветов кожи, которые молча и серьезно смотрят на зрителя. Странный заговор молчания объединяет этих чужих друг другу людей, к этому безмолвному диалогу они приглашают и зрителя. Или фотография «Корабль беженцев»: безмятежное море, солнечный день и переполненный корабль, на который продолжают взбираться люди. Они, как виноградины, висят на канатах, а шлюпки с беженцами все прибывают. Какой-то жутковатый вариант Ноева ковчега, последнее пристанище – Корабль Дураков. А самая жизнеутверждающая фотография, изображающая только что рожденную девочку с еще неразрезанной пуповиной, вызвала более 800 тысяч жалоб в адрес Британского управления рекламных стандартов…

К сожалению, именно эксперименты Тоскани привели к разрыву с Бенеттонами. Рекламная кампания 2000 года в Америке, в которой изображались узники со штампом «Приговорен к смерти», принесла «Бенеттону» убытки в 100 млн долларов. Но, как говорит Лучиано: «Каждый момент – подходящий для того, чтобы развиваться. Всегда можно выдвинуть хорошие идеи и двигаться дальше». Компания приобретает сеть ресторанов на скоростных дорогах Autogrill, и вскоре они начинают успешно конкурировать с Макдональдсом, покупает контрольный пакет акций одной из ведущих телекоммуникационных компаний Италии Telekorn Italia, расширяет ассортимент производимых товаров: от нижнего белья до высокоинтеллектуальной техники.

Новую рекламную кампанию, посвященную Международному году добровольца, проходившую в рамках Волонтерской программы ООН, Бенеттон поручил молодому фотохудожнику Джеймсу Моллисону. Это очень достойная для освещения тема, но иногда среди волонтеров встречаются странные персонажи: байкер, покрытый татуировками, панк, раздающий презервативы проституткам, и другие не менее интересные личности. Но временами кажется, что сквозь фотографии проглядывает лукавая улыбка Лучиано Бенеттона, который всегда ценил хорошие идеи и никогда от них не отказывался.

Завистники называют «Бенеттон» «одежным Макдоналдсом», антиглобалисты устраивают против них акции, ханжи до сих пор не могут простить фирме рекламную кампанию 1980-х, будущие менеджеры, логистики и рекламисты изучают по учебникам ставший классическим опыт компании, а тем временем «Бенеттон» продолжает работать и развиваться. В чем же секрет

их успеха? Наиболее приблизился к решению этой загадки эпатажный фотограф Оливеро Тоскани, по словам которого, «Бенеттон» «смотрит далеко вперед и вокруг, на мир во всей его полноте».

БУРДА АННА МАГДАЛЕНА (ЭННЕ)

(род. в 1909 г. – ум. в 2005 г.)

Известный модельер, создательница самого большого в мире издательства журналов мод.

Жизнь этой необычной женщины можно было бы считать хрестоматийным примером того, как добиться успеха. Энне Бурда своей карьерой наглядно продемонстрировала, что для любой женщины, любящей свое дело, ответственно подходящей к своей работе и стремящейся многого добиться в жизни, нет ничего невозможного… «Ведь в конечном итоге, – говорила Энне, – только умные женщины действительно добиваются успеха». Права ли она в своем утверждении? Безусловно!

Анна Магдалена Леммингер, которую мир будет знать под именем Энне Бурда, родилась 28 июля 1909 года в небольшом городке Оффенбург на юго-западе Германии, в семье машиниста железной дороги. После окончания школы девочка, которую домашние звали не иначе, как Энне, поступила в торговое училище, а получив желанный диплом, сразу же решила определиться с семейным положением и вышла замуж за владельца маленькой книжной типографии Франца Бурду, имевшего к тому же ученую степень доктора. Правда, с наличностью у сего достойного горожанина было не очень… Но Энне этот факт не остановил, и она вскоре сменила фамилию.

Так получилось, что решительная Энне всегда и обо всем имела собственное мнение. Это касалось также определения «хорошая мода»: вещи, по убеждению фрау Бурды, просто обязаны делать человека таким, каким он сам себя желает видеть. Эта мысль впервые пришла в голову девушке еще в 17 лет – и превратилась в собственный стиль. Проще всего добиться желаемого результата, научившись шить самостоятельно и изобретая одежду согласно собственному вкусу, фантазии и финансовым возможностям. А мечтать о баснословно дорогих вещах от всемирно известных кутюрье, не имея при этом средств на нормальную жизнь, – просто глупо. Странно, но столь практичное убеждение на тот момент было едва ли не революционным! И это при том, что само понятие «мода» переводится с латыни, как «мера», «образ», «способ», «правило», «норма»…

Интересно, что, несмотря на огромный творческий потенциал, фрау Бурда занялась предпринимательством в области индустрии моды только в… 40 лет. Карьера Энне началась с того, что она дала свое имя издательству, открывшемуся в 1949 году. Тогда Бурда возглавила маленькое разорившееся предприятие, от которого уже никто и ничего не ждал. Женщина решила, что в будущем издание будет основываться исключительно на самостоятельном творчестве ее соотечественниц. Так что в 1950 году издательство выпустило первый номер иллюстрированного ежемесячника «Бурда моден», снабженный выкройками, по которым читательницы могли самостоятельно сшить понравившиеся модели. Естественно, что на профессионалов такие «подсказки» рассчитаны не были, зато портнихи-любительницы по достоинству оценили новшество: теперь, основываясь на своих личных вкусах и представлениях, а также принимая в расчет не только особенности фигуры, но и имеющиеся в распоряжении наличные средства, женщины могли подобрать для себя необходимый фасон и выбрать подходящую ткань. Журнал также широко использовал качественные фотографии – именно они, по идее Бурды, должны были вдохновлять портних и побуждать их к самостоятельному творчеству. С этого момента, собственно, и началась карьера немецкого модельера-самоучки, а в мире наступила эра Бурды…

Журналы Энне пользовались невероятной популярностью. Через три года проект перешагнул границы Германии и принял международный размах. В 1953 году увидел свет первый номер Burda International. А в 1965 году тираж одного из самых популярных журналов моды перевалил за миллион экземпляров. С тех пор Энне не уставала призывать своих читательниц

отказаться от бездумного копирования моделей с подиумов, где все «немного чересчур», и больше доверять своему вкусу. «Иногда правильнее плыть против течения», – предупреждала модельер.

Кстати, когда-то Бурда мечтала, что ее издание завоюет широкую аудиторию в СССР. И сумела добиться того, что в 1987 году «Бурда моден», первым из западных журналов, начал издаваться на русском языке и дошел до наших матерей и бабушек (об этом чуть ниже). Несколько позже, в 1994-м, детище Энне покорило Китай…

Начав работать в направлении разработок моделей одежды, в поисках новых возможностей для своего бизнеса Энне решила уехать в Нью-Йорк. Женщина открыла небольшой собственный бутик на Манхэттене. Обстановка заведения была достаточно убогой, но фрау Бурда оптимизма не теряла. Каждую отдельную вещь она лично проверяла на пригодность и эффектность и, кроме того, сама служила прекрасной рекламой собственного товара: хозяйка магазинчика, примерив очередной предмет гардероба, пару раз появлялась в нем в общественных местах, заинтересовывая людей и исподволь формируя ту самую «моду для миллионов», которая сделала журнал Энне столь популярным.

Бурда всегда создавала очень практичные модели, отличающиеся простотой кроя и одновременно спортивной элегантностью, стильностью. Журнал ориентирован на дам? Что ж, необходимо позаботиться о женственности предложенных вещей. Пользуются изданием, в основном, самоучки? Тогда выкройки должны стать технически идеальными!

Энне очень заботило то, как выглядят ее современницы. Она просто доходила до состояния белого каления, узрев на улице некрасиво или небрежно одетую женщину. «Мне хочется немедленно отправить ее домой – переодеться!» – признавалась модельер. Собственно, ее журнал как раз и призван помочь каждому найти свой имидж, стать красивее, элегантнее, увереннее в себе и… счастливее. Надо сказать, что в достижении поставленной цели Энне Бурда преуспела: большинство ее постоянных читательниц успешно создавали свой, неповторимый стиль, сочетая основную профессию и столь полезное увлечение, превратившись для членов своих семей и знакомых в признанных и авторитетных модельеров.

Благодаря своей абсолютно фантастической работоспособности, напору и творческому подходу к делу фрау Бурда, можно сказать, превратилась в «императрицу»: ее «Бурда моден» выходит в 100 странах и печатается на 20 языках, а предприятие, которым она руководила вместе с супругом,

процветает. Несмотря на четкую отлаженность бизнеса, Энне продолжала много работать, лишь изредка позволяя себе выбираться отдохнуть на Сицилию – свой любимый уголок планеты. При этом вдали от дел эта женщина предпочитала тишину, уединение и неспешные длительные прогулки, чтение стихов, знакомство с предметами искусства. Кстати, Энне чаще всего отдыхала зимой, когда на Сицилии не так много туристов: даже у этой общительной и энергичной дамы суета, бесконечная гонка на производстве, общение с огромным количеством людей за год вызывали чувство глубокой усталости, а кроме того – жгучее желание уехать куда-нибудь подальше, в покой и тишину… Правда, такое настроение могло продержаться у Энне недолго, так что ее отпуск никогда не затягивался: глотнув желанного воздуха безделья и одиночества, она вновь возвращалась к активной деятельности, причем каждый раз – с новыми идеями и целой стопкой набросков оригинальных моделей одежды.

Как часто происходит в крупном бизнесе, сын удачливой предпринимательницы, Хуберт Бурда, продолжил родительское дело. После завершения среднего образования парень стал студентом Мюнхенского университета – его привлекала история искусств и археология. Но получив диплом, в 1966 году молодой человек не мудрствуя лукаво отправился работать на предприятие своих родителей: семейственность – прежде всего! Правда, о том, что он сумеет в жизни добиться не меньших успехов, чем Энне и Франц, их наследник даже не подозревал. Успех ждал его на поприще журнального бизнеса; после смерти Франца Хуберт унаследовал его издательское дело (15 немецких журналов и две типографии в Германии и Франции). Бурда-младший сумел превратить отцовскую «базу» в транснациональный медиа-концерн Hubert Burda Media, входящий в четверку медиа-гигантов Германии, годовой оборот которого составляет более двух миллиардов евро. 7500 сотрудников предпринимателя довольны условиями работы и размахом самого дела: концерн выпускает более 230 журналов, причем в Германии выходит только 70 из них. Хуберту принадлежат такие знаменитые международные бренды, как Elle (Германия, Словения) и InStyle (в Германии), Playboy (в России, Германии и Словении), Men’s Health (в Словении, Сербии), Cosmopolitan (в Словении, Сербии) и ряд других. К собственным брендам (к ним относится большинство изданий концерна) принадлежат популярные журналы Lisa, Focus и Bunte. С течением времени Hubert Burda Media открыл свои издания и представительства в Чехии, Польше, Украине, Сербии и

Черногории, России, Хорватии, Словении, Казахстане. Именно благодаря напористости и деловой хватке сына фрау Бурда смогла осуществить свою мечту и в 1987 году, как уже упоминалось, стала издавать журнал «Бурда моден» в СССР. Так культовое западное издание о моде добралось и до стран Восточной Европы, появившись в свободной продаже.

Имя Энне Бурда стало для многих женщин символом стильности, оптимизма и перемен к лучшему. Особую популярность в СССР издание модельера и ее идеи приобрели после учреждения Энне Всероссийского конкурса портных-любителей. Приз фрау Бурды имели возможность получить только непрофессионалы (люди, не имеющие специального образования в области моделирования, дизайна и швейного дела). Кстати, специальные призы получали все участники финала, а победители отправлялись на европейский финал конкурса. И, надо сказать, благодаря навыкам, полученным от специалистов, которые создавали «Бурда моден», конкурсантки представляли на суд авторитетного жюри удивительные модели, многие из которых сделали бы честь самому прославленному кутюрье…

Энне Бурда скончалась в ноябре 2005 года в Германии на 97-м году жизни.

БЬЯДЖОТТИ ЛАУРА

(род. в 1943 г.)

Знаменитый итальянский модельер и дизайнер, входящий в элиту современной Высокой моды и прет-а-порте. Ее часто называют Королевой кашемира, поскольку трудно найти в мире другого мастера, который с такой же легкостью работал бы с этой красивой тканью, отличающейся на редкость сложным «характером».

Лаура Бьяджотти родилась в Риме в 1943 году. Тяга к красоте и элегантности овладела девочкой еще в раннем детстве, что не удивительно: мать Лауры, Делия, была профессиональным дизайнером и являлась владелицей фешенебельного ателье в Вечном городе. Эта мастерская специализировалась на пошиве высококлассной одежды для таких популярных марок, как Barocco, Schuberth, Capucci, Heinz Riva and Litrico. Так что ребенок рос в атмосфере увлеченности семейным делом; хороший вкус у Лауры отмечали уже тогда, когда ее сверстники еще благополучно и с нескрываемым удовольствием барахтались в песочнице. Чистота, изысканность, стильность – вот то, к чему стремилась будущая звезда итальянского мира моды.

Подрастая, девочка постигала секреты мастерства, которыми в совершенстве владела ее мать, научилась разбираться в особенностях тканей, их «характере», поняла, как добиться того,

чтобы материал «заговорил», отозвался на мысли и стремления мастера. Постепенно обнаружилось, что ткани словно сами по себе повинуются рукам Лауры, помогая создавать легкие и надежные, солидные и практичные вещи. Наконец, девушка сумела добиться того, без чего настоящий модельер состояться просто не может. Она освоила наиболее сложные тайны своей будущей профессии: научилась находить линии, которые позволяли подогнать модель к лицу, фигуре и возрасту каждого конкретного человека.

Однако, как ни странно, по окончании школы Бьяджотти решила поступать в Римский университет на отделение литературы. После получения диплома о высшем образовании она мечтала стать… археологом! Но постепенно мечты о древних черепках как-то сами по себе ушли на задний план, поскольку Лауре приходилось регулярно помогать матери. Наконец, на карьере археолога был решительно поставлен большой жирный крест: девушка заявила, что не желает работать на другие, пусть и известные, Дома моды. Она вплотную занялась вопросом создания собственной марки одежды.

Первым значительным шагом в этом направлении стало то, что в 1965 году Бьяджотти удалось заключить контракт с опытным и довольно широко известным итальянским дизайнером Анджело Тарлацци; теперь Лаура начала заниматься производством готовой одежды для своих соотечественниц, работая уже только на себя.

В 1972 году Бьяджотти впервые осуществила показ своей коллекции. Успех был неожиданно громким; возможно, особый интерес публики вызвал тот факт, что коллекция «Макферсон» полностью состояла из кашемировых вещей. Эта дорогая, красивая пряжа считалась достаточно капризной, способной изрядно потрепать нервы даже опытному мастеру. А тут – новое имя и абсолютно нетипичные, невероятные фасоны! Мягкие, максимально удобные, просторные, приятных ненавязчивых цветов, изобилующие крошечными складками модели отличались, к тому же, прекрасным покроем и работой высшего класса. Теплоту, уют и практичность одежды, предложенной Бьяджотти, по заслугам оценили ее современницы. Особенным спросом пользовались свитера и кардиганы Лауры у женщин, живущих в холодных климатических условиях.

В настоящий момент Лаура Бьяджотти обосновалась неподалеку от родного города – в 17 километрах от него, в средневековом замке, возведенном еще в XV веке. Правда, старинным здание кажется только снаружи. Внутри же древних стен современные дизайнерские решения и строительные

технологии позволили создать комфортабельное жилище, сохранив при этом шарм присутствия ушедших веков. Кстати, на реставрацию замка ушло более пяти лет! По завершении работ четыре башни крепости были сформированы в логотип Laura Biagiotti. Вместе с модельером в имении Castle Marco Simone живет ее семья: муж, дочка и мать. Там же, в замке, находится также офис Лауры и музей, в котором хранятся изделия, созданные ею в разные годы. А для того чтобы сохранить вокруг здания холмистый ландшафт, на земле, окружающей замок и принадлежащей Бьяджотти, в 1993 году был создан гольф-клуб.

Собственные коллекции популярнейший модельер исправно демонстрирует публике дважды в год, и каждое такое шоу становится настоящим событием в жизни Италии, собирая огромное количество публики. Популярность Лауры не случайна: она, как никто другой, умеет предвосхитить события и заглянуть в будущее на два – три года вперед. Так что ее изделия оказываются тем флагманом, на который начинают равняться другие профессиональные дизайнеры и стилисты. Особенно ценными для Бьяджотти являются заявления постоянных клиентов о том, что с вещами из прошлых коллекций расставаться не хочется… «Для меня счастливый миг – это когда кто-нибудь говорит, что купил у меня платье 15 лет назад, и поскольку за это время вещь не вышла из моды, она до сих пор остается в “активном” гардеробе», – признается мастер.

Изделия Лауры Бьяджотти хорошо известны и популярны как в Италии, так и во многих странах Европы, Азии и в Америке. Именно в США итальянский модельер получила прозвище Королевы кашемира – таким образом «звездно-полосатая» страна выразила свое восхищение мастером, имеющим особое чутье и власть над этой совершенно необычной тканью; столь лестную оценку дизайнер заслужила после триумфального показа коллекции Laura Biagiotti.

Более 60 магазинов, принадлежащих Дому Laura Biagiotti Roma, работают сегодня в разных странах мира. Перед Лаурой уважительно склоняют головы Рим и Венеция, Афины и Сеул, Токио и Нью-Йорк, Москва и Петербург… Бьяджотти стала также первым итальянским дизайнером, представившим свою коллекцию в Китае (это произошло в апреле 1998 года). Кстати, в 1995 году итальянская компания – детище Лауры – начала расширять сеть своих магазинов на территории России (первые бутики этой марки появились в Москве в 1994 году), а показы коллекций Бьяджотти в Москве, в Кремлевском дворце, стали уже традицией.

Лаура говорит, что она живет «образами, фантазией».

Поэтому модельер с наибольшим удовольствием и вдохновением работает над одеждой для свадеб, торжественных мероприятий и вечеров. Однако и повседневные модели не остаются «за бортом» внимания Бьяджотти. Не менее важным, чем торжественный стиль, для нее является стремление красиво, комфортно и удобно одеть обычного человека. Ведь на подиумах и светских раутах дано блистать не каждому. Большинство же соотечественниц Лауры, как и женщины в других странах, живут в череде смен настроения, под натиском стрессов, ежедневно добираются на работу в общественном транспорте или коротают время в автомобильных пробках. А дома представительниц прекрасной половины человечества ждут дети, супруг, домашние хлопоты… Возможно ли при таком ритме жизни выглядеть элегантно? «Не только возможно, но и просто необходимо!» – категорически заявляет Бьяджотти. Ведь повседневная жизнь, несмотря на все хлопоты, приносит нам и радость, и удовлетворение, и уверенность в себе. Необходимо только научиться воспринимать каждое мгновение как праздник, поскольку их становится все меньше в «активе» любого человека… «Модельер призван быть видимым, ощущаемым участником праздника, выполняющим особую функцию – улучшать качество жизни человека», – поясняет свою позицию мастер. И стараниями итальянского дизайнера замотанная бытом женщина действительно преображается, заставляя прохожих с легким чувством зависти смотреть ей вслед.

Так же, как сама Лаура некогда продолжила дело своей матери, дочь модельера, Лавиния, тоже решила не прерывать семейной традиции: с 1997 года младшая представительница рода Бьяджотти занялась разработкой новых ароматов для компании и начала курировать молодежную линию дома Laura Biagiotti Roma. Кстати, начало традиции выпуска фирменного парфюма было положено еще в 1988 году, когда модельер создала свои первые духи Roma. Они приобрели необычайную популярность и стали настоящим символом вечной любви, поэтичности и романтики.

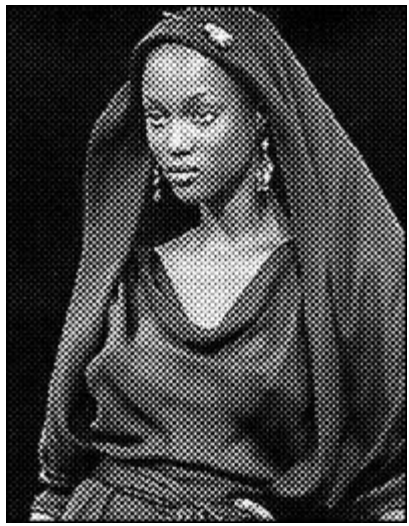
В 2002 году Лаура Бьяджотти в связи с 30-летием творческой деятельности была удостоена награды Национальной торговой палаты моды. Ее Дом специализируется на создании комфортных моделей, при этом сама Лаура уже многие годы носит только собственные изделия, являясь живой рекламой компании. К тому же, она всегда настаивает, чтобы все ее сотрудники также следовали этому правилу – как во время работы, так и в отпуске. Иначе как можно понять, насколько удобна и практична каждая модель?

Но усилия модельера направлены не только на совершенствование облика дочерей Евы. Мужская часть населения планеты также не имеет оснований обижаться на отсутствие к себе внимания со стороны известного Дома моды: в 1987 году начала работать специальная линия Laura Biagiotti Roma, выпускающая продукцию для представителей сильной половины человечества. Первая коллекция, представленная модельером на суд публики, носила название Laura Biagiotti Uomo. Вслед за этим появились серии детской одежды (Laura Biagiotti Junior) и одежды для женщин, размер которых превышает 14 (по российской маркировке – 52). А относительно недавно Лаура занялась также разработкой коллекции солнцезащитных очков. Поскольку изделия Бьяджотти имеют характерный оригинальный дизайн, спутать их с моделями других марок практически невозможно. Интересно, что очки мастера пришлись по вкусу многим достаточно известным людям – как в Италии, так и далеко за ее пределами.

На сегодняшний момент продукция Лауры Бьяджотти уверенно лидирует на внутреннем рынке Италии и постоянно завоевывает любовь все новых клиентов в разных странах мира.

БЭНКС ТАИРА

(род. в 1973 г.)



Самая высокооплачиваемая темнокожая модель в мире, чьи параметры являются практически идеальными – 90–59–90. Журнал People Magazine дважды включал Тайру в список самых красивых людей планеты.

Родилась Тайра Бэнкс 4 декабря 1973 года в Лос-Анджелесе (Калифорния, США), в небогатой добропорядочной семье. Детство будущей звезды было безоблачным – нельзя же, в самом деле, считать трагедией периодические ссоры со старшим братом! Но если дома Тайра чувствовала себя просто великолепно, то «во внешнем мире» ей приходилось несладко: девочка росла уж слишком высокой и худой (даже тощей!) для своего возраста, так что одноклассники и порой даже брат откровенно издевались над «мисс Жирафой». Доведенная до слез Тайра в поисках утешения спешила укрыться под крылышком у мамы.

Но по мере взросления мисс Бэнкс ситуация изменилась. Девушка решила, что станет моделью, а раз так – всерьез стала работать над собой. Результат не заставил себя долго ждать; в 15 лет эта красавица с огромными зелено-карими глазищами и роскошной каштановой шевелюрой начала карьеру модели: ее пригласили для участия в съемках сотрудники журнала Seventeen.

Однако поначалу Тайре пришлось преодолеть немало

«рогаток» на пути к осуществлению мечты. Например, она четырежды пыталась устроиться на работу в крупные модельные агентства и… получала отказ. Причиной было то, что специалисты считали лицо Бэнкс нефотогеничным! Только в 17 лет девушке удалось добиться желаемого. Она подписала контракт с ведущим агентством мира – Elite. Параллельно с работой Тайра решила поступать в колледж Loyola Maramount в Лос-Анджелесе.

Тем не менее, проблемы смуглокожей красавицы на этом не закончились. В Elite ее сразу предупредили: индустрия моды нацелена на худых девушек, а мисс Бэнкс сумела обзавестись энным количеством лишних килограммов и поэтому не годится на роль супермодели. В общем, хочешь прорваться на европейскую модную сцену – срочно худей!

Но Тайра, изрядно натерпевшаяся в свое время именно из-за худобы, прекрасно знала, как рядовые граждане реагируют на стандартную комплекцию «девушек с обложки». Знала она также и то, какими проблемами со здоровьем «аукнется» затем постоянное сидение на диетах. В общем, возвращаться в свой прежний вес, рискуя снова стать посмешищем знакомых, Тайра решительно отказывалась. Мало того, она вообще никому не позволяла отчитывать себя за упорное нежелание следовать общепринятым правилам.

Вскоре после заключения контракта агентство направило строптивую красавицу (в сопровождении матери) в Италию. Однако там снова перед девушкой встала проблема веса. Ее предупредили: если она не похудеет, то вопрос работы на многих фэшн-шоу для нее окажется закрытым. Рассвирепев, Бэнкс заявила матери, что не собирается терять здоровье из-за карьеры, хоть в модельном мире такой подход к делу уже давно стал нормой. Тайра, которая очень любит курицу, сказала, что не будет отказываться от привычки есть мясо, – разве что обязуется сочетать его с салатом и после обеда сбрасывать калории в тренажерном зале. Однако девушка не выдержала даже трех дней такой жизни…

От нервного срыва и депрессии ее спасла, как всегда, мама. Женщина произнесла: «Моя девочка не будет жертвой сумасшедшей индустрии», – взяла дочь под руку и вместе с ней отправилась в ближайшую пиццерию. Там дамы заказали большую пиццу и с огромным удовольствием ее съели…

Тайре все же удалось несколько потеснить профессиональных кутюрье и фотографов с занимаемых ими позиций. Великолепная фигура Бэнкс – предмет зависти многих ее коллег – натолкнула специалистов на серьезные размышления. Ведь, как показала

практика, публика значительно лучше реагирует на появление на подиумах и на обложках журналов моделей с женственными формами, чем с фигурой «а-ля палка»… И женщинам это придает уверенности в себе и прибавляет желания заниматься собственной внешностью, и девочки-подростки не доводят себя до полного истощения, стремясь добиться «идеального» внешнего вида. «Понятие о красоте не должно приводить людей в больницу!» – убеждена Тайра. Так что, похоже, настало время ориентироваться на формы самой Бэнкс и ее кумиров – Синди Кроуфорд, Иман, Клаудии Шиффер и Хелены Кристенсен.

А с весовыми «излишествами» модель и поныне воюет исключительно в спортзале и в бассейне; девушка занимается теннисом, волейболом, бегом, гольфом и подводным плаванием. При этом Тайра говорит, что результата можно добиться, лишь занимаясь спортом с удовольствием («спорт ради спорта, а не результата»). А вот на диете звезда не сидит. Бэнкс не отказывается ни от хлеба, ни от мясных продуктов или своего любимого кофейного мороженого. Даже так называемую «быструю еду» («врагов» фигуры – гамбургеры, хот-доги и прочее) она не вычеркивает из своего рациона. Вот только особо калорийные продукты старается есть не регулярно, больше налегая все же на овощи. Главное же, что научилась делать супермодель (она, кстати, вообще очень любит поесть), – это не переедать.

После Италии Тайра попала в Париж, где ей предложил работу целый ряд агентств, в числе которых были и столь влиятельные, как Ralph Lauren и Chanel. После возвращения в Соединенные Штаты карьера Бэнкс продолжала стремительно развиваться.

Уже достигнув немалых высот популярности, девушка получила предложение участвовать в одном из известных британских телевизионных шоу, после чего попала в поле зрения представителей киноиндустрии: оказалось, что Тайра не только красива, но и, бесспорно, талантлива. Сначала Бэнкс «засветилась» в небольшой роли в фильме «Инферно». Первой же настоящей актерской работой модели стала роль в драме «Высшее образование» (1995). За этой лентой последовали «Проклятый дом» (ужасы/мистика, 1999), «Любовь и баскетбол» (мелодрама, 2000), «Гадкий койот» (комедия, 2000), «Хэллоуин: воскрешение» (ужасы/мистика, 2002). Снималась модель и в сериале «The Fresh Prince of Bel-Air».

Кроме того, Тайра стала первой чернокожей девушкой, чьи фотографии украсили обложки таких журналов, как Sports Illustrated Swimsuit Edition, GQ и каталога Victoria’s Secret.

Последняя компания особенно приветствовала появление в модельном мире девушки с такой великолепной фигурой, не навевающей мысли о мальчишках или неуклюжих девочках-подростках. Ведь для рекламы женского белья, которое, собственно, и производит Victoria's Secret, необходимы иные параметры… Всего же девушка появилась на обложках 20 популярных изданий.

Сейчас красавице приходится воевать разве что с… собственной кожей и волосами. Дело в том, что они у модели очень сухие, так что требуют повышенного внимания и постоянного увлажнения. А что касается причесок, то их Тайра вне работы вообще не делает (разве что иногда соизволит заплести косички). Как правило, девушка просто моет голову, сушит свою великолепную гриву и зачесывает ее назад – вот и все хлопоты.

Отдыхать звезда предпочитает там, где есть обилие солнца, зелени и море. Поскольку все необходимое обнаружилось на Карибах, Тайра ежегодно отбывает в отпуск в этот райский уголок планеты. Но даже там она не позволяет себе просто валяться на песке и спать в свое удовольствие. Ежедневно Бэнкс находит в себе мужество заниматься все тем же волейболом, плаванием, бегом и гимнастикой – а что поделать, если красота, как водится, требует жертв!

Бэнкс говорит, что первое, чему должны учиться сегодня девушки, которые хотят сделать карьеру модели, – это беззастенчиво и убедительно лгать окружающим относительно своего возраста. Выступая в американском TV-шоу, Тайра заявила, что красивые и талантливые женщины просто вынуждены подчас идти на такие уловки, поскольку «боссы фэшн-индустрии вдолбили себе в голову идею-фикс о молодых девушках». Хотя, как показывает практика, важны на самом деле не паспортные данные, а внешний вид модели. Поэтому Тайра убеждена: врать в этом случае не только уместно, но и просто необходимо. «Вам 25, но вы выглядите на 17, тогда, придя в модельное агентство, смело говорите, что вам 16! Ведь ощущается некая возрастная дискриминация. Что же, будем играть в эту игру по их правилам. После устройства вы начинаете упорно работать, и наступает момент, когда вас отправляют в командировку за границу и тут придется показать паспорт… Но наверняка к этому времени ваши работодатели уже успеют всей душой полюбить вас!» – рассуждает звезда.

Интересно, что в последнее время карьера модели и актрисы не удовлетворяет Бэнкс. В поисках самой себя она не так давно открыла собственное телевизионное шоу America's Next Top

Model. По словам Тайры, однажды за завтраком ей пришла в голову идея создать программу, в которой люди получали бы призы за стремление к поставленной цели. В идеале призом должна стать возможность эту цель осуществить. Бэнкс говорит, что в будущем хотела бы создать такую же серьезную телеимперию, какую удалось «сколотить» Опре Уинфри. Как бы то ни было, новое телешоу в Америке быстро приобрело популярность. Так что теперь у Тайры начинается еще одна карьера – карьера телепродюсера. Что ж, добиваться успеха и преодолевать трудности она привыкла. Похоже, великолепной Опре и в самом деле придется несколько потесниться…

ВАЛЕНТИНО КЛЕМЕНТИ ЛЮДОВИКО ГАРАВАНИ

(род. в 1932 г.)

Его имя стало олицетворением итальянского стиля. Валентино – один из некоронованных королей итальянской моды. Он первым из итальянцев взял «неприступную цитадель» Высокой моды – Париж – и уже более 40 лет считается одним из самых роскошных модельеров мира. Он обладатель 12 престижных наград, в числе которых премия Неймана-Маркуса. Одежда от Valentino находится в 12 мировых музейных коллекциях. Асам модельер избран членом-корреспондентом парижского Синдиката Высокой моды.

Валентино Гаравани родился 11 мая 1932 года в г. Вогера, небольшом провинциальном местечке на севере Италии. Семья будущего прославленного модельера ничем особым среди местных жителей не выделялась. Сына, как истинного итальянца, родители воспитывали католиком, в духе почитания образа Пресвятой Девы Марии и уважении к матери.

Тихий, серьезный мальчик еще с детства очень любил рисовать. Его привлекали цветы, деревья, холмы, люди. В подростковом возрасте прилежный и скромный Валентино, старавшийся как можно меньше огорчать родителей, заявил, что

намерен стать модельером. На полях школьных учебников и тетрадей он рисовал наброски своих моделей. Надо отдать должное проницательности родителей будущего кутюрье – они не чинили препятствий увлечению сына «рисовать моду». Хотя, конечно, мечтали видеть своего отпрыска если не юристом, то врачом.

Семья Гаравани большим достатком не отличалась, тем не менее, отец оплатил обучение Валентино в Итальянской школе моды. Но неутомимый юноша рвется в Париж – сосредоточение мировой моды. Еще в школе он прилежно изучает французский язык и различные направления моды от кутюр. Поддерживая сына, отец дал деньги и на продолжение обучения Валентино в Париже. В столицу Франции Гаравани приехал в 1950 году и поступил там Школу изящных искусств при Синдикате Высокой моды.

Город потряс Валентино обилием удивительных вещей и явлений. Помимо учебы, он занимался танцами и превратился в завзятого театрала. Восемь лет ученичества стали для Валентино тем фундаментом, на котором основывается постоянный успех маэстро. За эти годы он посещал не только Школу изящных искусств, а так же обучался в Домах моды Жан Дессе и Ги Ларош. Способного молодого человека взял под опеку опытный и знаменитый в то время модельер Жан Дессе. Учитель наставлял: «Ты понимаешь, что женщина, которую ты собираешься одеть, должна выглядеть так соблазнительно, что все хотели бы ее раздеть?»

Именно тогда сформировалось творческое кредо Валентино – подчеркнуть женскую красоту, сделать представительниц прекрасной половины человечества неотразимыми и соблазнительными. «Я не думаю, что мужчины жаждут увидеть рядом с собой женщину, одетую, как мальчишка», – подчеркивает кутюрье. И действительно, в его моделях переплетается прославленный парижский шик с таинственной сексуальностью провинциальных итальянских мадонн.

В конце 1950-х годов Валентино Гаравани возвращается в Рим, где на улице Кондотти (Via Condotti) открывает собственное ателье. В 1959 году была представлена его первая коллекция, сделанная под патронатом Жана Дессе. «Проба пера» уже тогда выявила основные приемы кутюрье – облегающий силуэт, тонкие ткани, восхитительную вышивку. На подиум вышла Женщина Валентино – чувственная, утонченная, изысканная, нуждающаяся в мужской поддержке. Дебютная коллекция победила в конкурсе Международного секретариата по шерсти, который, кстати, стал началом звездной дороги для многих прославленных модельеров.

Но настоящее мировое признание пришло к модельеру в 1962 году во Флоренции. Тогда Валентино показывал свою самостоятельную коллекцию в Pitti Palace. Модели молодого кутюрье произвели сенсацию не только среди поклонников моды – должное его работе отдали и коллеги по «цеху», и пресса. Оглушительному успеху способствовали заказы на модную одежду от покупателей. Скоро стало ясно, что на мировом «модном небосклоне» взошла новая звезда.

Гаравани возвращается в Рим победителем и решает вместо скромного ателье открыть свой Дом моды. Тогда же появляется первый бутик молодого модельера. Мэтр вспоминает, что первым посетителем, а затем и покупателем в новом бутике стала яркая голливудская актриса Элизабет Тейлор. Звезда купила белое платье с декольте и в нем появилась на римской премьере «Спартака». Вскоре в бутик Валентино зачастили и другие звезды мирового кинематографа, которые потом становились его постоянными и преданными клиентками. «Голливудский модельер» одевал Одри Хепберн, Грейс Келли, Софи Лорен, Шарон Стоун, Брук Шилдс, Джессику Ланж, Кортни Лав.

Но перечнем имен кинодив не заканчивается список знаменитых клиенток модельера, среди постоянных заказчиц фигурируют представительницы королевских домов: иорданская принцесса Фирьял, британская принцесса Маргарет и болгарская Розарио. Последняя, кстати, даже работает на Дом моды Валентино, разрабатывает молодежную линию. Ненси Рейган все годы президентства своего мужа на публике появлялась только в одежде от Valentino.

В 1967 году 35-летний кутюрье очередной раз потряс мир моды своей новой коллекцией. Это была «Белая коллекция» (White collection) весенне-летнего сезона 1968 года, которую автор посвятил Жаклин Кеннеди. Эту коллекцию ценители называют вершиной творчества модельера, которую Валентино до сих пор так и не смог превзойти. Тогда же впервые на его моделях появляется эмблема Дома моды Валентино – латинская буква V. Теперь этот логотип знают модницы и модники во всем мире.

Белый цвет является одним из любимых цветов Валентино, после показа «Белой коллекции» он считает его счастливым и продолжает с ним экспериментировать. Особенно модельеру удаются свадебные платья, в которых смешаны изысканная роскошь и целомудрие. В 1968 году свадебное платье от Valentino демонстрировали все мировые средства массовой информации – от газет и толстых журналов до выпусков новостей. В белом великолепном кружевном мини-платье была Жаклин Кеннеди на своей свадебной церемонии с миллиардером Аристотелем

Онасисом. Но любимый цвет кутюрье – красный. Валентино утверждает: «Красный – самый лучший цвет. Он подходит любой женщине, просто нужно помнить, что существует более 30 разных оттенков красного. Жизнь, смерть, страсть, лучший способ покончить с тоской – вот что такое красное. От женщины в красном нельзя оторвать взгляда».

В конце 1960-х годов кутюрье знакомится с Джанкарло Джиамметти, который в то время изучал архитектуру в университете. Джиамметти вскоре бросает учебу, чтобы стать деловым партнером Валентино. Именно его деловая хватка и гениальность модельера стали залогом быстрого успеха торгового дома Valentino и обеспечили создание целой международной империи Валентино. Уже в 1968 году был открыт первый заграничный бутик кутюрье – Валентино покорил центр мировой моды Париж. Затем магазины знаменитого кутюрье стали появляться в Европе, Соединенных Штатах Америки, Японии.

Валентино постоянно расширяет горизонты деятельности своего Дома моды. С 1972 года модельер начал представлять публике коллекции мужской моды, им разрабатываются различные аксессуары, рабочие костюмы. Кутюрье уделяет внимание изготовлению собственного текстиля, мебели, обоев. В 1978 году появился парфюм от Valentino, который торжественно представил Михаил Барышников после премьеры «Пиковой дамы» в Театре на Елисейских Полях.

С 1975 года Валентино регулярно принимает участие в Неделе Высокой моды в Париже; с тех пор для участия в парижских показах, в январе и июле, производится от 60 до 80 новых моделей. Для демонстрации моделей у кутюрье есть свои правила. «Все, что я показываю, должно быть на вес золота. Многие стилисты приглашают для показа коллекций знаменитых актрис или топ-моделей, надеясь, видимо, блеснуть в ореоле их славы. Думаю, что это – сомнительный и опасный прием. У меня есть своя философия: зритель должен любоваться одеждой, а не только той, кто ее показывает».

Если говорить о почерке мастера, то следует отметить простоту его кроя. Модельер не сторонник особых сложностей, каждый лишний шов – его «личный враг». Кутюрье по возможности избегает всяких подрезов, складочек, вытачек. Именно поэтому, наверное, даже в самой изысканной одежде от Valentino женщины чувствуют себя удобно и непринужденно, словно «в любимой спальной рубашке».

В 1988 году штаб-квартира Дома моды Валентино переместилась на старинную римскую площадь Испании в романтическое палаццо XVI века Миньянелли. Роскошные

интерьеры дворца украшают огромные зеркала и 3000 манекенов, одетых в отреставрированные костюмы из Исторического архива. Да и все его бутики скорее похожи на дворцы, чем на магазины. Валентино считает, что приходящие туда женщины должны чувствовать себя королевами. В римском бутике клиентке предложат кофе в серебряных чашечках, примерку она будет ожидать на диване XVIII века, затем ее проводят в примерочную с лепным потолком.

На родине, в Риме, под эгидой Дома моды в 1990 году появилась Академия моды Валентино. Модельер ее создал для поддержки молодых талантов. Валентино надеется, что Академия станет тем местом, из которого будут выходить «последователи лучших культурных и артистических традиций».

В 1990 году Валентино вместе с Джанкарло Джиамметти и Лиз Тейлор создал ассоциацию помощи жертвам СПИДа/ ВИЧ – Life Association (L.I.F.E.).

В 1998 году «империю моды» Валентино приобрел крупнейший итальянский холдинг Partecipazioni Industriali и на ее основе создал группу компаний по производству предметов роскоши. В 2002 году компания была куплена итальянским концерном Marzotto, который уже контролирует известные марки Hugo Boss, Gianfranco Ferre Studio, Marlboro Classics, Lebole и Missoni. Концерн на творчество модельера не посягает, и Дом моды Валентино во всем придерживается своих традиций.

Единственное, что тщательно скрывает мастер, – свою личную жизнь. В его дома в Нью-Йорке и на острова Капри, на виллу в Риме и шикарную яхту приглашаются знаменитые друзья, но совсем немногие могут похвастаться близостью к нему. Сам Валентино старается избегать шумных тусовок: «Я – человек не для светских приемов и балов. Классическая музыка, интересная литература и хорошее кино – это то, на что я спокойно променяю великосветскую болтовню».

Помимо чтения и просмотра фильмов, кутюрье в свободное время занимается коллекционированием. За долгие годы у него собралась прекрасная коллекция антиквариата, есть там и предметы русской культуры – царские серебряные солонки, русская мебель XIX века, картины М. Шагала. Экспонаты его коллекции дают модельеру новые идеи в моделировании одежды. Например, в 1969 году кутюрье создал знаменитое красное пальто на собольем меху, которое называют «татарским». Или жакет, расшитый золотыми нитями, – память о кубке первой жены Петра I Евдокии Лопухиной. Одна из последних фантазий – платье из шелкового шифона с голограммой собора Василия Блаженного.

Валентино Гаровани уже за 70. Но модельер пока не собирается покидать модный бизнес. Он приходит в 9 часов в офис и начинает работать. И опять из его рук выходят модели со знаком V – маркой высочайшего уровня. Модельер уверен, что, несмотря на возраст, у него есть «талант, преданность и умение работать, а также крепкое здоровье, чтобы выдержать такой напряженный ритм».

ВАН БЕЙРЕНДОНК ВАЛЬТЕР

(род. в 1957 г.)

Культовый бельгийский модельер и дизайнер, один из тех, кто создает сегодня мир Высокой моды и диктует не только стиль одежды, но и стиль жизни, поведения и образ мыслей современного человека. Владелец собственной марки яркой, ультрасовременной, сверхнаглой одежды. Преподаватель моды, художник, куратор, арт-директор, кибер-артист.

А вы знаете, что слово «мода» происходит от латинского modus – «мера», «образ», «способ», «правило», «норма»? Это понятие изначально должно было отражать особенности объединения существующего разнообразия одежд в костюм. Но можно ли тогда говорить, что герой данной статьи – модельер, то есть тот, кто строит моду?

Ведь с правилами, нормами, мерой этот странный человек, бесспорно, знаком, однако всю свою жизнь потратил именно на то, чтобы доказать: данные стандарты ничего общего с ним и его моделями не имеют… Но, поскольку для таких «бунтарей от искусства» покуда не изобретена отдельная категория, мы с вами будем говорить о Ван Бейрендонке как о кутюрье, одном из тех, кто в настоящий момент диктует направления развития мужской моды.

Родился Вальтер Ван Бейрендонк в Бельгии, в городе Брехте.

Окончив колледж в 1975 году, талантливый парень отправился в Антверпен; там, в престижнейшей Королевской Академии искусств он в 1980 году и получил диплом модельера.

Первый показ авторской коллекции молодого мастера состоялся в Лондоне. Тогда Вальтер принял участие в Британском дизайнерском шоу, войдя в состав ставшей впоследствии знаменитой «Антверпенской шестерки». Реакция критики на появление этого человека на арене мира моды была однозначной: все специалисты сразу же окрестили Ван Бейрендонка «самым неукротимым из бельгийцев». Признаться, такое определение являлось вполне оправданным и даже весьма мягким: характер дизайнера был далек от ангельского, а его модели… Впрочем, речь о них пойдет несколько позже.

В 1993 году Вальтер произвел фурор на подиуме, продемонстрировав свою коллекцию Wild & Lethal Trash (W.&L.T.). Это переводится несколько, скажем так, странновато: «Дикий и смертельно опасный хлам»… Вы можете себе представить вещи, отвечающие такому названию?! Однако нашлось немало оригиналов, у которых авангардное шоу вызвало огромный восторг.

В 1994 году кутюрье, который успел приобрести скандальную известность, начал разрабатывать модели специально для предприятия в Кюнцельэау. Товарный знак W.&L.T. быстро завоевывал популярность; оригинальные яркие вещи с шелковистым блеском особенно пришлись по душе жителям Японии. В то время демонстрацию своих моделей Ван Бейрендонк неизменно проводил под лозунгом: «Зачем вам мода в далеком Париже, когда вот она здесь, перед вами?» И тем не менее, спустя еще год дизайнер представил коллекцию оригинальных работ для показа именно в Париже. Дебют бельгийца прошел неожиданно успешно, и с тех пор Вальтер стал регулярно появляться со своими новинками в столице мировой моды. При этом дизайнер-авангардист предпочитал проводить дефиле в предместьях города, в… огромных ангарах. Там на показы каждый раз собирались по несколько тысяч человек.

Время шло, и в 1999 году Ван Бейрендонк решил отказаться от лейбла WLT. Вместо этого он занялся новым экстравагантным проектом, получившим не менее звучное название «эстетического терроризма». Вообще-то, с агрессией коллекция бельгийского модельера не имела ничего общего. Вальтер просто постарался отразить в своих вещах новые тенденции в искусстве и доказать современникам, что терроризм в моде просто необходим: с помощью подобной «шокотерапии» люди получают возможность встряхнуться и «посмотреть на обыденные вещи с радикальных

позиций».

Поскольку Ван Бейрендонк интересуется Россией и ее культурой, он, естественно, не мог упустить случая познакомить россиян со своим творчеством. Вальтер с удовольствием отравился вместе с коллегами и давними приятелями в Москву, на седьмой фестиваль авангардных коллекций «Альбомода». Затем скандальный кутюрье в очередной раз откололся от «Антверпенской шестерки» и приехал в северную столицу.

В Петербурге, куда Ван Бейрендонк привез свою коллекцию, «Антверпенская ночь» проходила в новом спортивном (пока еще недостроенном!) комплексе на Петроградской набережной. Действие разворачивалось вокруг огромного глубокого бассейна. В общем, в новейшей истории Санкт-Петербурга это был первый авторский показ мировой звезды fashion design.

Наконец, зрители смогли «живьем» увидеть, какой же представляет себе моду мастер «эстетического терроризма». Прежде всего оказалось, что у всех моделей лица закрыты масками. В одежде неожиданнейшим образом сочетались ярчайшие (просто-таки кричащие!) цвета, обычные вещи были доведены до абсурда, явно страдая гигантизмом. Каждая модель носила на поясе… тряпичную куклу, изображавшую самого кутюрье! Коллекция явно создавалась по мотивам этнических орнаментов индейцев майя. Что и говорить, получилось крайне необычно, во многом смешно, эпатажно и… неожиданно довольно красиво. А после выступления Ван Бейрендонка присутствующие могли развлечься, приняв участие в танцевальной программе под ритмы диджеев культового бельгийского клуба «Кафе д'Анверс». Кстати, находясь в Петербурге, Вальтер посетил крупнейшие музеи. Особое внимание мастер уделил собраниям старинной и традиционной русской одежды, заявив, что, вполне возможно, возьмется за создание новой коллекции – на сей раз в русском стиле.

Сегодня этот самый остроумный, скандальный и яркий представитель «Антверпенской шестерки» выступает под созданной фирмой «Мустанг» маркой W. Ван Бейрендонк «развлекается», одевая мужчин то в парики из белого пластика, то в брюки из искусственного меха. Он умудрился для турне Pop Mart нарядить музыкантов группы U2 в хаки и звезды; затем дизайнер решил, что представители сильной половины человечества одеваются как-то скучновато, несмотря на все его старания. Так что следующим шагом Вальтера стала попытка облачить мужчин… в юбки! Последнее «новшество» интересующиеся творчеством этой звезды мира моды могли увидеть на выставке Men in skirts, которая проходила в 2002 году

в Музее Виктории и Альберта.

Никогда нельзя сказать заранее, в чем же выйдут на подиум модели дизайнера-авангардиста в следующий раз – в футуристических «литых» одеждах или… в уютных трикотажных и мохеровых свитерах, собранных вручную из полос, которые нарезаются из старых вещей. Дело в том, что мастер с одинаковой любовью относится как к рукотворным ремесленным изделиям, так и к высокотехнологичным тканям. Результат? Вы можете увидеть его на ближайшем показе. Шоу, предлагаемое Ван Бейрендонком, не оставляет равнодушным никого из зрителей.

«Радикальный» бельгиец демонстративно отказывается от следования каким бы то ни было модным тенденциям. Он охотно выпускает на подиум героев комиксов и видеоигр, введя эти странноватые образы в моду. Спутать работы Ван Бейрендонка с творениями кого-либо из его коллег невозможно. Только в коллекциях этого кутюрье можно обнаружить галстук до пола, аппликации-карикатуры, кислотные расцветки одежды, гольфы, «украшенные» черепами и всякой нежитью, фантастические орнаменты, изображения невероятных существ, закрывающий большую часть лица воротник-стойку, русалочьи платья…

Вальтер охотно «театрализирует» не только своих модели, но и собственную внешность. Этот человек внешне совершенно не соответствует сложившемуся стереотипу об облике солидного европейского кутюрье. Экстравагантный мастер превратил себя в «нового бельгийца», купца, чья окладистая широкая борода, доходящая до солнечного сплетения, резко контрастирует с бритой головой. В его одежде превалирует яркий оранжевый цвет, каждый палец модельер унизал массивными серебряными перстнями, а в уши, «для коллекции», вдел тяжелые длинные серьги… Интересно, что дизайн части своих украшений Вальтер придумал сам. Вообще, эпатаж и оригинальность давно стали стилем жизни и отличительной чертой облика Ван Бейрендонка. Он часто сам выходит на подиум, чтобы продемонстрировать пару-тройку особо удачных, с его точки зрения, моделей. Советы, которые этот дизайнер дает современникам, желающим выглядеть стильно, звучат так: «Опережай время!», «Будь самодовольным!», «Отдыхай!», «Чувствуй!», «Последнее слово должно быть за тобой!». К слову сказать, все эти «рекомендации» Вальтер уже давно опробовал на себе.

К несомненным достоинствам работ Ван Бейрендонка относятся, в первую очередь, их радикальность и демократичность. «Я всегда стараюсь смешивать на своих показах типы людей, расы, лица, – говорит он. – Мода ведь принадлежит широкому кругу персонажей, поэтому каждый имеет право ее

представлять. Мода универсальна, она – для всех». Сообразуясь с данным принципом, кутюрье предпочитает работать не с известными моделями, а с непрофессионалами.

К вопросам своего авторства Ван Бейрендонк относится трепетно и очень ревниво. Фактически мастер старается во многих работах передать типичный для него самого образ – образ полноватого бородатого мужчины.

Кстати, продавать вещи из собственных коллекций дизайнер предпочитает в единственном магазине. Он находится в Антверпене и носит название «Вальтер» (ну это понятно!).

У кутюрье есть парочка слабостей, совершенно не связанных с миром моды. Это прежде всего гномы: маленькие фигурки оккупировали солидную площадь в доме модельера, образовав большую коллекцию. Кроме того, неравнодушное отношение Ван Бейрендонка к России иногда приводит к необычным поступкам. Например, он выстроил в своем магазине… настоящую русскую крестьянскую избу!

Самый необычный и непредсказуемый кутюрье мира Высокой моды не устает удивлять окружающих как своими работами, так и «фишками» из повседневной жизни. Вальтера можно понимать или просто пожимать плечами, услышав об очередной его выходке; коллекции этого мастера вызывают восхищение или столь же искреннее недоумение. Но одно ясно вполне: пока Ван Бейрендонк царит на подиуме, скучать любителям показов не придется…

ВАТАНАБЭ ЮНЬЯ

(род. в 1961 г.)

Всемирно известный японский модельер-новатор, получивший популярность благодаря своим оригинальным идеям. Работы этого дизайнера регулярно вызывают значительный интерес как специалистов, так и рядовой публики, а показы его коллекций становятся настоящим событием в мире моды. Популярность мастера, работающего в оригинальном стиле «техно-кутюр», давно перешагнула границы его родины; имя Ватанабэ хорошо известно на Западе.

Юнья Ватанабэ на данный момент является едва ли не самым специфическим представителем мира моды Японии. Его творения балансируют на грани шока и сказки, неизменно вызывают удивление и повышенную заинтересованность. Яркость, нетипичность, оригинальность творческой мысли обеспечили Ватанабэ одно из видных мест на современном Олимпе моды. Этот современный кутюрье-авангардист имеет также значительное влияние среди своих коллег. Принимать или нет его видение человека – личное дело каждого. Но многие наработки Юнья, бесспорно, очень интересны и достойны особого внимания; особенно если учитывать, что этот дизайнер – один из творцов именно Высокой моды, а не стандартных моделей для повседневности.

Будущий знаменитый мастер родился в Токио в 1961 году. Избрав своей профессией служение делу Высокой моды, он успешно закончил столичный Bunkafukuso Gakuin Institute. В 1982 году молодой модельер устроился на работу в фирму Comme des Garçons (что переводится «Как мальчики»), где в течение 10 лет исполнял обязанности конструктора. Последующие семь лет Юнья занимал должность дизайнера линии Comme des Garçons Tricot, специализирующейся на выпуске трикотажных изделий. Однако Ватанабэ, которого довольно высоко ценило руководство фирмы, тем не менее, не был удовлетворен своей карьерой и дальнейшими перспективами профессионального роста. Да, впереди у него была достаточно спокойная, неплохо оплачиваемая работа, но… Ватанабэ хотел быть не одним из многих, а настоящим мастером, диктующим условия миру Высокой моды. Первые шаги в направлении реализации своей мечты дизайнер предпринял тогда, когда стал брать уроки мастерства у известного специалиста Рэя Кавакубо. Именно под его руководством Ватанабэ начал создавать первую собственную коллекцию моделей одежды. Дебютный показ Comme des Garçons Junya Watanabe состоялся в 1992 году в Токио, на ежегодном фестивале моды; работы Ватанабэ были встречены с неожиданно большим интересом. Столь самобытного и яркого зрелища (сам показ, к тому же, имел вид театрализованного представления) в Японии не помнили уже давно. Совершенно неожиданные дизайнерские находки обеспечили шумный отзыв прессы – для начинающего мастера повышенное внимание к первым же его работам имело большое значение и, безусловно, придавало сил и оптимизма (хотя последнего, похоже, Ватанабэ не занимать…).

Естественно, что модели первой коллекции новоявленного дизайнера несли на себе заметный отпечаток наработок и представлений наставника и вдохновителя Юнья – Кавакубо. Например, характерным для первых самостоятельных работ Ватанабэ были прихотливо разбросанные или вообще перевернутые карманы, очень длинные («арлекинские») рукава, подчеркнуто покатые плечи. Что же касается цветового решения моделей, то тут царило невероятное, но, тем не менее, удивительно гармоничное смешение ярких и темных тонов.

Однако уже в самом начале своей профессиональной карьеры модельера Юнья продемонстрировал едва ли не лучшее владение техникой, чем его учитель. Так, слоистость текстуры и яркие цвета в первой коллекции Ватанабэ были значительно более заметны, более четко выражены.

В 1994 году состоялся первый показ работ японского мастера в Париже. Привыкший ко всему Запад увидел совершенно новую

линию одежды и… изумился уникальности использованных Ватанабэ искусственных волокон и новаторскому крою представленных вещей. Но даже добившись успеха и признания, дизайнер не стал останавливаться на достигнутом. Этот человек, похоже, находится в состоянии постоянного творческого поиска, причем такое положение вещей, похоже, устраивает не только его самого, но и его многочисленных постоянных клиентов. Мастер совершенствует не только технику кроя (хотя порой кажется, что совершенствовать там уже просто нечего – она и без того практически совершенна), но и постоянно старается создавать модели из новых материалов. С особым вдохновением Юнья экспериментирует с высококачественными тканями в стиле «хай-тек». Например, в 2000 году японский мастер представил на суд зрителей и специалистов новую коллекцию одежды, созданную из сверхлегкого водонепроницаемого микроволокна. Таким вещам любой, даже самый невероятный ливень не способен причинить ни малейшего ущерба. Человек в костюме от Ватанабэ способен был в полном смысле слова выйти сухим из воды… К тому же, ультрасовременные футуристические модели, созданные японским дизайнером, отличались ярким авангардным цветовым решением и оригинальной техникой шитья, при которой широко используются различные складывания и многочисленные прорези. Юнья остался верен сам себе, упрямо придерживаясь своего излюбленного стиля, который обозреватели моды назвали «техно-кутюр». Конструкции моделей Ватанабэ и в самом деле необычны и крайне сложны. Силуэты платьев работы этого дизайнера, по сути, уникальны: так, для того, чтобы ткань ложилась причудливыми драпировками (их Юнья особенно любит), мастер использует вшитые в вещи проволоки в виде спирали. Иногда вместо этого в платьях используется тесьма в виде парашютных строп. Находится место в его работах и для других не менее экзотических приспособлений, изначально весьма далеких от моделирования одежды…

Начиная свой путь модельера, Юнья специализировался исключительно на женской одежде. Первую мужскую коллекцию мастер подготовил только к сезону весна/лето-2002. В следующем году Ватанабэ поразил мир моды веселостью, легкостью и беззаботностью своих новых моделей для лета. В новой коллекции дизайнер использовал, в основном, легкий хлопок и синтетику. При этом более легкие вещи были выдержаны в пастельных, нежных тонах, а для их отделки Юнья использовал пасторальный рисунок. Что же касается более плотной одежды, то рисунок на них походил, скорее, на восточные лаковые миниатюры. Естественно, и тут не обошлось

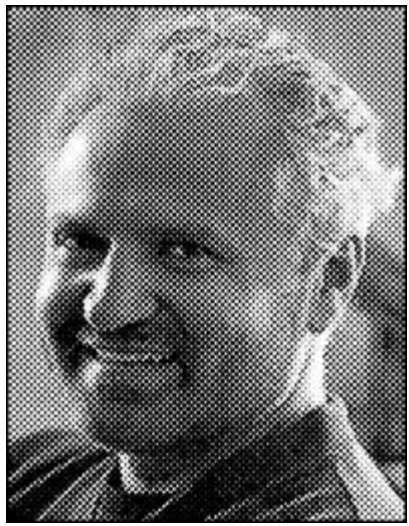
без столь уважаемой мастером тесьмы. Причем она, как всегда, служила не только декоративным элементом: с помощью таких строп, «прошивающих» модели в самых неожиданных местах, дизайнер декорировал свои изделия многочисленными драпировками, избежав одновременно возни с дополнительными вытачками. «Парашютные» нотки затронули все предметы коллекции: блузы и платья, юбки и брюки, джемпера и плащи; такая отделка чаще всего располагается на лицевой стороне модели. Однако есть вещи, в которых стропы подшиты внутри кулисок.

Особое впечатление новые работы Ватанабэ произвели благодаря невероятному контрасту нежного воздушного материала и жесткого декоративного решения. Увидев коллекцию Юнья 2003 года, понимаешь, почему этого модельера скромно и несколько обтекаемо величают «художником с безупречным чувством юмора и стиля»… При знакомстве с более поздними моделями одежды работы Ватанабэ невольно все сильнее чувствуешь точность подобной характеристики.

Естественно, большинство моделей японского мастера предназначены явно не для повседневной жизни: вряд ли кто-нибудь, находясь в здравом уме, рискнет по доброй воле натянуть на себя такой костюм или платье для прогулки по городу или похода в магазин. Но в качестве элемента яркого красочного шоу одежда от Ватанабэ действительно особенно привлекательна… если смотреть на нее исключительно со стороны. Правда, и сам дизайнер не скрывает того, что занят, в основном, созданием моделей для подиума и экстраординарных случаев. Там-то его знаменитое «безупречное чувство юмора и стиля» является вполне уместным и востребованным. Что ж, обычному зрителю остается только с удовольствием созерцать новые творения Ватанабэ, воспринимая показ очередной коллекции как яркое театральное представление, мечтать пройтись по подиуму в подобных вещах и… содрогаться от мысли, что в них можно просто выйти на улицу…

ВЕРСАЧЕ ДЖАННИ

(род. в 1946 г. – ум. в 1997 г.)



Итальянский модельер, дизайнер, театральный художник по костюмам, создавший третью по величине империю моды – семейную фирму Gianni Versace S.P.A. Превратил привычное дефиле в театрализованное представление, где главные роли исполняют топ-модели. Автор книг «Театр Версаче» и «Не беспокоить» – об искусстве домашнего дизайна. Награжден театральным призом «Серебряная маска» (1987 г.).

Фирменный знак Дома моды Джанни Версаче – голова ужасной Медузы Горгоны с развевающимися волосами-змеями – известен всему миру. «Этот выбор был сделан абсолютно сознательно. Медуза символизирует красоту и роковые чары античной древнегреческой классики – как в искусстве, так и в философии. Она – синтез красоты и простоты, которая в прямом смысле парализует и даже гипнотизирует». Знаменитый кутюрье словно взглянул ей в глаза сквозь глубь веков и мифов, но не окаменел, а понял: ничто не способно убить красоту и только она способна гипнотизировать. И поэтому Джанни заставил всех по-новому взглянуть на наводящую ужас титаниду и сделал ее отвратительную голову объектом вожделения миллионов людей. Тот, кто имел возможность надеть платье от Версаче, был навсегда покорен чистотой линий, точнейшим кроем,

завораживающей элегантностью или эпатирующей экстравагантностью. Безграничная фантазия, южный темперамент, неотразимый шарм и, конечно, улыбка Медузы помогли «бедному портняжке» стать настоящим волшебником в непредсказуемом мире моды.

Джанни родился 2 декабря 1946 года в небольшом городке Реджио ди Калабрия на самом юге Италии и был старшим сыном в семье почтенного владельца скобяной лавки Антонио Версаче и его супруги Франчески, профессиональной портнихи, содержавшей небольшое ателье. Детство мальчика прошло в костюмерной. «Вокруг меня были платья, платья, платья, – вспоминал он. – Думаю, своим мастерством и профессионализмом я обязан маме». Джанни очень любил ее, но для Франчески в те годы существовал только младший Санто: «Я не был материнским любимцем, – вспоминал потом знаменитый кутюрье. – Скорее подушечкой, в которую она частенько втыкала иголки-упреки. Санто был всегда прав, я – виноват всегда во всем. И только когда я повзрослел и стал известным модельером, мать неожиданно открыла меня для себя. Стала разговаривать, задавать вопросы, интересуясь моими проблемами. Не знаю, может быть, в этом и есть смысл моей жизни и моего творчества – добиться ее внимания!» Словно исполняя ежедневный урок, Джанни наблюдал, как мать хлопочет вокруг полуобнаженных женщин в кружевном белье, как куски тканей, скользя в ее руках, окутывают их фигуры. Бездушные бархат и шелк оживали, подчеркивали природную красоту и грацию, скрывали недостатки. С тех давних детских лет Версаче вынес одно – что работать надо только «напрямую с телом», без эскизов и выкроек, ведь «одежда человека, как и его душа, – единственна и неповторима, а женщина – невинный ангел, а не плод для греховных утех».

Джанни не суждено было стать героем-любовником (он никогда не скрывал своих гомосексуальных наклонностей), но женщин Версаче боготворил, и его наряды сжимали их в объятиях.

Когда Джанни исполнилось девять лет, директор школы сказал родителям, что у них растет сексуальный маньяк. В качестве доказательств были предъявлены несколько рисунков, изображающих соблазнительные фигурки Джинны Лоллобриджиды и Софи Лорен в вечерних нарядах. Но эти первые попытки моделирования вовсе не означали ни дурных мыслей, ни того, что Джанни избрал себе профессию, хотя с 12 лет он с удовольствием исполнял обязанности маминого подмастерья. Ему поручали простейшие операции: подбор тканей, ниток,

пуговиц. Юный Версаче бредил искусством, запоем читал книги и мечтал быть музыкантом или художником. По окончании школы он даже поступил учиться на архитектора, но матери была нужна помощь в ателье, и, чтобы добиться ее внимания, Джанни с головой окунулся в бесконечно меняющийся мир одежды.

Восемнадцатилетний портной, глядя на горожан в поношенной мешковатой одежде, мечтал, что вскоре сумеет одеть их в наряды, достойные королей. Фантазии ему было не занимать, но Версаче не просто предавался мечтам, он уверенно шел к поставленной цели, отслеживая курсы всех модных веяний, посещая показы одежды в Париже, Лондоне, Флоренции и Риме. Начинал Джанни с довольно скромных моделей, но и их запустить в производство в Калабрии было невозможно. Версаче начал ездить по ателье уже известных тогда мастеров, покупая там некоторые модели и таким образом обучаясь высшему мастерству моделирования. О виртуозном таланте молодого модельера прослышал состоятельный миланский бизнесмен Энцо Никозиа, владелец Florentine Flowers. Он вызвал Джанни для срочного создания коллекции. В феврале 1972 года Версаче переехал в Милан. Его имя очень быстро стало означать гарантию качества и неповторимой новизны. Первую коллекцию покупатели буквально смели с полок, а ее создатель превратился в «странствующего кутюрье», которого фабрики перехватывали друг у друга. Джанни работал на известные в то время итальянские Дома моды Genny, Callaghan, Complice и Mario Valentino и был полон амбициозных планов на будущее. Реализовать их он решил в США. За несколько лет его имя засияло среди звезд американского модельного бизнеса. Но, обретя уверенность в собственных силах, Джанни вернулся в Италию.

В 1978 году в Милане он создает собственный Дом моды Gianni Versace S.P.A, пригласив на пост президента брата Санчо и вице-президента – сестру Донателлу. В этом же году на знаменитом миланском показе Permanente Джанни представил свою первую коллекцию одежды, украшенную фирменным знаком – головой Медузы. Стиль «от Версаче», особенно ярко выраженный в знаменитых вечерних платьях, сразу пленил избалованную итальянскую модную публику. «Одно платье лучше другого. Одна девушка прекраснее другой. Цвета слепят своей чистотой и насыщенностью. Сидящие в первом ряду надевают солнечные очки, чтобы защитить глаза от этого яркого великолепия. Какой наряд лучше? Нельзя, невозможно решить, – так писала Вики Вудс из английского Harpers & Queens о первом шоу Версаче. – А за кулисами между богинями-манекенщицами

метался Версаче – подправлял “оперение”, обнимал, прижимал к груди, благословляя каждую воплями исступленного восторга, который может быть только итальянским: “Bella! Bellissima! Piu bella!”».

Заслужила восторженные аплодисменты и коллекция мужской одежды, которую демонстрировали в зале на виа делла Спига, где вскоре открылся первый фирменный магазин. С коммерческой точки зрения, дела семейного предприятия сразу пошли хорошо, и его годовой доход по самым скромным подсчетам достигал порой 900 млн долларов! По всему миру активно заработали 165 именных бутиков Версаче и 23 частных магазина Istante. А молодежная линия «Версус» была представлена 550 магазинами.

Джанни работал не зная усталости. Он так и не успел научиться хорошо рисовать, зато умел чувствовать и смешивать цвета, ткани, формы. «Абсолютной экстравагантностью», по мнению Harper’s Bazaar, открылась эра Версаче. Маэстро всегда участвовал в примерках создаваемой им одежды, а для демонстрации мод непременно приглашал самых лучших и дорогостоящих моделей. Это сыграло не последнюю роль в восприятии его торговой марки. Именно Версаче впервые в мировой истории моды в 1980-х годах ввел понятие топ-модели (супермодели). Он платил отдельным участницам показа двойные и тройные гонорары, заключая с любимыми манекенщицами долгосрочные контракты, и позволял себе вывести одновременно на помост 16 лучших красавиц, тогда как другие кутюрье могли позволить себе от силы трех-четырех. Эти исключительно элегантные супермодели стали кумирами миллионов, рассказы об их скандальных выходках заполняли страницы газет, подражание им стало мечтой тысяч юных девушек. Клаудиа Шиффер, Кристи Тарлингтон, Линда Евангелиста, Синди Кроуфорд и Наоми Кэмпбелл – всех их создал Джанни Версаче. Каждая из моделей почитала за честь представлять стиль итальянского кудесника, и не только потому, что он был щедр. Привычное дефиле кутюрье превращал в театрализованный шедевр – настоящий спектакль с декорациями, музыкой, привлечением профессиональных актеров и музыкантов. Демонстрация коллекции 1997 года во Флоренции, пожалуй, навсегда вошла в учебники моды. Площадкой для нее стал средневековый амфитеатр знаменитого сада Боболи – чуда паркового искусства, – расположенный рядом с дворцом Питти. Красивейшие модели планеты появлялись среди историко-ландшафтных декораций под музыку Доницетти и Вивальди и красотой своих нарядов затмевали звезды на темно-синем

июльском небосклоне. Об этом спектакле-показе под названием «Барокко бельканто» пресса писала: «Прекрасное, неповторимое, редкое по гармонии, красоте, нежности и неожиданности линий, музыки и движений действо». Ошеломляющий успех с Версаче разделил его давний друг и единомышленник Морис Бежар. А всего Джанни показал более 60 костюмированных представлений, создав тем самым особую область искусства.

На каждом показе Версаче представлял около 200 моделей. В женской моде его привлекали облегающие ткани, очень короткие юбки, глубокие декольте, открытые руки и спина. Версаче один из первых вернул к жизни мини-юбки, узкие брюки, корсеты и облегающие костюмы. Благодаря ему вошли в обиход юбки и платья с разрезами, одежда из прозрачных летящих тканей, окутывавших фигуры легкой дымкой. Говорили, что кутюрье скорее раздевает, нежели одевает женщин. Из-за вызывающей откровенности и экстравагантности некоторых моделей Версаче его стиль иногда называли «стилем проституток». Тем не менее, наиболее известные произведения модельера сочетают в себе вековые корсеты, кринолины и яркую отделку, а женщины признавались, что в платьях от Версаче они ощущали себя королевами жизни. Не забывал кутерье и про лаконичную вневременную моду. Элегантные простые черные платья и фантастически женственные вечерние туалеты – именно они утвердили безукоризненный стиль и принесли ему мировую славу.

Неповторимый стиль Версаче, который современные эксперты называют итальянским необарокко, характеризуется «исключительной простотой и полным отсутствием полумер» – фантастическая эклектика всех направлений, жанров и даже эпох. Модельер никогда не боялся экспериментировать с тканью, порой соединяя несовместимое: чувственную кожу с нежным шелком, кружевом или джинсовой тканью, шелк и алюминий, лазерную обработку кожи или меха и другие экстравагантные методы подготовки ткани. Он шил всегда из лучшего, и одежда, плотно прилегая к телу, становилась второй кожей. Настоящим подарком для прекрасной половины человечества стала придуманная им расцветка, имитирующая шкуру леопарда. Последняя коллекция Джанни выполнена из тканей с голограммами, ламинированного шелка, пластика.

Одежду, созданную Версаче, полюбили сливки общества – актеры, музыканты, режиссеры. С 1984 года он начал работать с рок-звездами, открыв тем самым новую страницу в истории высокой моды. Джанни создал 60 шокирующих костюмов для своего любовника и близкого друга Элтона Джона, от которых тот

пришел в полный восторг. Так шоу-бизнес невольно стал рекламировать «стиль от Версаче». Его наряды в свое время надевали принцесса Диана, Мадонна, Стинг и Кортни Лав, Лиз Херли, Тина Тёрнер. А еще лидер мировой моды занимался производством аксессуаров, духов, часов, чемоданов и сумок, декоративного кафеля и предметов домашнего обихода – простыней и скатертей, фарфора и стекла, посуды, подушек и одеял, и даже целых интерьеров. Фантазия его не знала пределов и не ограничивалась только модой. Он покупал дома и виллы, набивал их статуями и предметами древности, расписывал и украшал, превращая в нечто среднее между Букингемским дворцом и Версалем. Свое пристрастие к книгам Джанни перенес на издательское дело – он выпускал альбомы, полные замечательных снимков лучших фотографов.

Новая глава карьеры императора моды началась в 1982 году и была связана с изготовлением костюмов и театральных реквизитов для оперных и балетных постановок по всему миру. Можно сказать, что Версаче «одел» спектакли: малеровский балет «Легенда Иосифа», оперы «Саломея» и «Каприччио», балеты Мориса Бежара «Леда и лебедь» и «Ленинградский сувенир». В 1987 году он выпустил книгу «Театр Версаче» и был награжден театральным призом «Серебряная маска».

1989 год стал этапным для модельера, который не только организовал в миланском замке ретроспективный показ своих моделей под девизом «Одежда для размышления», но и с огромным успехом дебютировал в Париже со своей первой коллекцией Высокой моды Atelier. В 1992 году в Нью-Йорке Версаче устраивает выставку своих избранных исторических моделей под названием Signatures, которая окончательно открыла для него необъятный американский рынок.

Но после оглушительного успеха началась черная полоса в жизни императора моды. 23 октября 1994 года английский еженедельник Independent of Sunday обвинил семейство Версаче в связях с мафией. Джанни организовал судебный процесс против издания, и через год суд признал все обвинения ложными. Газета принесла ему официальные извинения, а также выплатила 100 тыс. фунтов, которые кутюрье передал на благотворительные цели. Но это было таким незначительным «происшествием» по сравнению с приговором о прогрессирующей опухоли. Быстро переборов страх перед опасностью, Версаче с помощью врачей решает бороться с недугом, не прекращая при этом работы. Химиотерапия и постоянная поддержка многочисленных друзей делают свою дело: Джанни победил болезнь – редкий рак внутреннего уха.

1996 год стал триумфальным для группы Версаче. Финансовый успех семейной империи вывел ее в разряд наиболее сильных и динамичных фирм мира, а в мире моды Gianni Versace S.P.A заняла третье место после Кардена и Армани. Несмотря на все эти коммерческие достижения, Джанни все чаще подумывал о том, чтобы отойти от дел, оставить группу на Санто, а общее руководство передать Донателле, которую он на протяжении всей жизни считал своей Музой. Сам же Маэстро, явно уставший от ежедневной текучки, хотел полностью посвятить себя творчеству. В последнее время он – ярый противник внедрения моды от кутюр в массы, истративший астрономические суммы для изъятия дешевых подделок «а-ля Версаче», признавался: «Чувствую необходимость чего-то нового. Мода стала слишком театральной. Наши модели слишком привязаны к шоу. Пришло время вернуться к реальности». Этим планам не удалось осуществиться.

В этом же году Джанни облюбовал виллу «Каза Казуарина» в Саус-Бич на Майами и решил пустить там корни. На покупку, реконструкцию и модернизацию своего нового пристанища он потратил более 32 млн долларов, и это при том, что у него уже было три дома: замок XVII в. в Милане, вилла на озере Комо и таун-хауз в Нью-Йорке. Версаче считал, что только здесь он сможет передвигаться один, без кучи телохранителей, ведь только это он считал самой непозволительной роскошью. Здесь Джанни поселился со своим возлюбленным Антонио Д'Амико, с которым был неразлучен 11 последних лет и которого сделал своим профессиональным помощником и управляющим сетью магазинов Istante.

Версаче отказался от поездки на Кубу в июле 1997 года, с удовольствием принимал у себя гостей и находился в приподнятом настроении. Его навестили обожаемая Донателла с детьми и Мадонна с малышкой. В предчувствии нового этапа в своей жизни Джанни был счастлив. Утром 15 июля Версаче по обыкновению купил газеты и журналы в соседнем с его виллой кафе и уже ступил на розовые коралловые ступени дома, как рухнул вдруг после двух выстрелов в голову. Спасти его жизнь врачам не удалось. ФБР быстро и без особого труда установило личность убийцы. Им оказался гей-проститутка Эндрю Кьюненен, давно разыскиваемый за убийство еще четырех человек. И хотя семья категорически отвергала, что великий кутюрье и убийца-наркоман были когда-либо знакомы, но существует немало свидетелей, которые знали об этой связи. Они-то и предупреждали полицию, когда началась серия убийств, что следующим на очереди может оказаться Версаче. Агенты ФБР не успели арестовать Кьюненена. Он застрелился из того же

пистолета, которым убил Джанни, а на его бездыханном теле было нижнее белье фирмы Версаче…

Пока средства массовой информации «смаковали клубничку», Санто и Донателла Версаче с ведома полиции вывезли тело брата на самолете в Италию и похоронили в районе Бергамо на небольшом кладбище возле сельской церкви. У могилы Джанни Донателла произнесла: «Его энергия была так сильна, что только ружье могло остановить его. Но пуля не может убить его дух». Семейная команда успешно продолжает дело своего императора. Санто слывет административным и финансовым гением, являясь одновременно президентом и управляющим фирмы. Донателла выросла в одаренного мастера со своим индивидуальным почерком. Вместе с ней уже долгие годы работает ее муж Пол Бек, который в качестве вице-президента отвечает за всю линию «Версус», за пионерные разработки, а также за знаменитые рекламные кампании Версаче, к которым по традиции привлекаются лучшие фотохудожники мира.

Эксклюзивные работы самого Джанни Версаче сейчас ценятся на вес золота и представлены в лучших музеях мира. Его платья, сверкающие драгоценными камнями и стразами, были воплощением богатства, роскоши, гламура и сексуальности. «Он был таким многогранным и эклектичным дизайнером, – говорит Клэр Уилкокс, куратор выставки в лондонском Музее Виктории Альберта. – У многих он ассоциируется с блеском и золотом, но я думаю, что в работе Версаче был человеком Ренессанса».

ВЕСТВУД ВИВЬЕН

(род. в 1941 г.)

Англичане любят повторять, что Великобритания знаменита тремя королевами – Елизаветой II, «железной леди» Маргарет Тэтчер и «королевой эпатажа» Вивьен Вествуд, которая сегодня входит в десятку самых знаменитых модельеров в мире. Леди Вив начала свой творческий путь в начале 1970-х, когда ей было уже почти 30. Авангардистка, основоположница панк-моды, официальная скандалистка и ниспровергательница вековых устоев и традиций, она после своего первого дефиле, неожиданно даже для самой себя, завоевала столицу моды. Самоучка Вивьен стала профессором Высшей школы прикладного искусства в Вене и Берлинской высшей школы искусств, получила множество наград, в том числе стала кавалером ордена Британской империи. Девиз Вивьен: «Оглядываясь назад, творить для будущего».

Вивьен Изабель Свайр родилась 8 апреля 1941 года в английском провинциальном городке Глоссоп в графстве Дербишир в семье местного почтальона. Обычный ребенок, она отличалась лишь чересчур большим прилежанием в учебе, что подчас вызывало насмешки одноклассников. Девочка была достаточно уверена в себе и иногда даже шокировала почтенных дербиширцев. Так, однажды Вивьен пришла на школьный бал в серьгах из огромных махровых маргариток.

Потом многодетная семья Свайр переехала в поисках лучшего заработка в Лондон. Вивьен пришлось бросить школу и пойти на курсы машинисток. «Я принадлежала к рабочему классу и должна была зарабатывать себе на жизнь», – вспоминает она. В свободные вечера девушка ходила на танцы, где познакомилась с Дереком Вествудом, простым рабочим парнем. Он превосходно танцевал рок-н-ролл, чем, вероятно, и покорил юную Вивьен. Вскоре они поженились, причем свое свадебное платье невеста сделала собственными руками. Вивьен решила кардинально изменить свою жизнь, бросила секретарскую работу, закончила педагогические курсы и устроилась учительницей в начальную школу. Потом у Вествудов родился первенец – сын Бенжамин. Теперь, казалось бы, у Вивьен было все – любящий муж, ребенок, материальное благополучие, работа. Однако она почему-то не была счастлива. По воспоминаниям друзей, она выглядела и чувствовала себя подавленной и опустошенной. Не выдержав тихой семейной жизни, Вивьен, бунтарка в душе, забрав ребенка, ушла от мужа и подала на развод.

И тут судьба свела ее с человеком, который перевернул весь ее мир. Человек этот предстал перед Вествуд в образе худого и мрачного студента-бунтаря, изучающего историю искусств и увлекающегося анархизмом. Его звали Малколм Макларен. «Абсолютно сумасшедший» интеллектуал Макларен, почувствовавший в Вивьен родственную душу, покорил ее сердце и разум. Прекрасный оратор и харизматическая личность, он открыл перед ней мир, которого она еще не знала, – мир искусства. Вивьен, по ее собственным словам, до встречи с Маклареном не прочитавшая ни одной книги, не посмотревшая ни одного фильма, ни разу не посетившая театр, внимала каждому слову своего учителя. Вскоре она вышла замуж второй раз, но теперь ее жизнь уже нельзя было назвать скучной.

В начале 1970-х годов на смену надоевшим хиппи приходит панк. Основателем и идеологом нового стиля в Великобритании стал бунтарь Макларен. Изучив опыт американского панк-движения, он стал лидером одной мало известной до того рок-группы Sex Pistols («Секс пистолз»). Имиджем группы занялась Вествуд. «На самом деле я… не хотела этим заниматься, – вспоминала потом она. – Просто на тот момент я помогала своему другу заработать деньги. Начала с того, что покупала старые вещи, перекраивала их и перешивала, так как с детства была приучена все делать своими руками. В 70-м мы начали делать первую коллекцию, решив ее в духе 50-х. И в этом был вызов, мы делали рок-н-ролльные вещи, когда все были увлечены хиппи». Сначала Вивьен действительно только распарывала и

тщательно копировала в своих моделях старые вещи, которые ей приносили приятели. Потом ей это показалось скучным, и она начала фантазировать. Так появился стиль одежды для бунтующей молодежи, который позже получил название punk look. Первое, что Вивьен сделала, – распорола швы обычной футболки, отодрала от нее рукава и завязала лоскуты узлом на спине. Потом появились футболки с неприличными и провокационными рисунками и надписями, тексты к которым придумывал Макларен, брюки, сшитые на уровне колен, майки из рыболовной сети, рубашки из лент, цепи, ошейники и напульсники – все, что стало атрибутами панк-движения. В одежде модельер использовала даже пластмассу и мешки для мусора. А самым скандальным творением Вивьен стала футболка с изображением английской королевы Елизаветы, губы которой были проколоты английской булавкой. И слова: «Боже, храни королеву». И все бы ничего, но незадолго перед этим Макларен написал для «Секс пистолз» песню с одноименным названием, которая запрещена даже сейчас.

Рождение второго сына Джозефа не помешало Вивьен бунтовать. Мать двоих детей, тридцатилетняя Вествуд первой создала новую стильную прическу – коротко постриглась, обесцветила волосы перекисью водорода и сотворила некое подобие ирокеза. Вместе с мужем она открыла небольшой магазинчик неформальной одежды на Кингз Роуд Seditionaries («Все для бунтарей»), ставший самым модным магазином среди «продвинутой» молодежи столицы. За 10 лет магазинчик поменял несколько названий и ассортимент – в Let it Rock продавались пластинки и одежда 1950-х годов, потом появилась вывеска «Too fast to live, too young to die» («Слишком быстрые, чтобы жить, слишком молоды, чтобы умереть»), а затем магазинчик вообще превратился в секс-шоп и стал называться предельно откровенно: «Секс».

Однако Вивьен, которую уже тогда называли «королевой панк-моды», женщина, создавшая собственный стиль, даже не считала себя модельером: «Пока “Секс пистолз” и панк-рок были популярны, я и не думала о себе как о модельере. Мы просто открыли магазин, где впервые попытались делать одежду для парней, играющих громкую дикую музыку, и их поклонников».

А потом, когда панки перестали шокировать массы, когда к вествудскому «сексу и насилию» слегка попривыкли, Вивьен решила заняться чем-то другим. «Мы бунтовали против всего, что не принимало наше поколение, – говорит Вествуд. – Но бунтарство затухло, и больше неоткуда было черпать силы. В какой-то момент я хотела бросить моделирование. Но потом

стала изучать, как работают другие дизайнеры, и поняла: тот же Диор – это же стиль эпохи королевы Елизаветы! Да, он радикально изменил все, что увидел в том времени, добавил какие-то детали – немного опустил корсеты, сделал более пышными рукава. Но силуэты, образы – они пришли из прошлого! И я тоже решила обратиться к истории».

Перечитав кучу книг, она выбирает свой новый стиль – им стал исторический романтизм, и свое время – эпоху Дюма и Французской революции: «Знаете, мне нужны были брюки… Такие штаны, которые выглядели бы так, словно их носило, не снимая, несколько поколений, – оттянутые карманы, отвисшая задница. Я нашла подобную модель на одной из старинных гравюр XVI века. И это стало самой авангардной моделью начала 80-х. Из “Трех мушкетеров” родились мои “Пираты”».

«Пираты» появились в 1981 году. Это была первая официальная коллекция Вивьен, которая вышла на подиумы Лондона, а затем и Парижа. Коллекция произвела фурор в мире моды, а Вествуд стала первым британским дизайнером после Мэри Квэнт, которая создала мини-юбку, кому удалось завоевать Париж. За первой коллекцией последовали другие – «Дикари», «Девушки из Буффало», «Ведьмы».

Дефиле Вествуд шокировали и привлекали. Тела девушек-манекенщиц на одном из показов были разрисованы красками и перемазаны грязью, на головах у них были огромные шляпы из мешковины, украшенные перьями. И в то же время коллекции кутюрье смотрелись чрезвычайно сексуально – все эти элементы старинной моды, слегка модифицированные: корсеты с глубоким декольте, которые были признаны «самым сексуальным открытием после изобретения мини-юбки», складные кринолины – мини-крини, турнюры в виде накладных подушечек на ягодицах манекенщиц.

Еще одно изобретение Вествуд – это ее обувь. «Люблю ставить женщину на пьедестал, – говорит кутюрье, – причем, в прямом смысле этого слова!» Ее модели отличает нетрадиционная форма и немыслимой высоты платформа или каблук. Как верно подметили журналисты после очередного показа от Вествуд – чтобы носить ее обувь, нужно иметь не только хорошую физическую подготовку, но и «гражданское мужество». Как-то случился скандал, когда на дефиле в 1993 году Наоми Кэмпбелл не удержалась на 25-сантиметровой платформе и упала. Поэтому туфли от Вествуд чаще покупают как украшение интерьера.

В 1983 году Вивьен покорила Париж, а уже в следующем году ее, наряду с известными тогда Кельвином Кляйном и Джанфранко Ферре, пригласили на показ мод в Токио. Еще год – и ей начали

подражать другие модельеры. А в 1989 году ведущим журналом мод Women's Wear Daily Вивьен была названа в первой шестерке лучших модельеров мира. В 1990 и 1991 годах Британский совет моды назвал Вивьен Вествуд «Модельером года Великобритании», а в июле 1992 года она стала старшим почетным членом Королевского общества искусств. В декабре того же года королева Елизавета II наградила ее орденом Британской империи. В 1998 году фирма Вивьен Вествуд получила Королевскую награду за вклад в развитие экспортной деятельности.

В течение двух лет, с 1989 по 1991 год, Вивьен Вествуд занимала должность профессора моды в Венской академии прикладного искусства, а с 1993 года она стала профессором моды Берлинской Высшей школы искусств. И это при том, что Вивьен не получила не только специального образования, но даже просто высшего.

Чем больше Вивьен увлекалась модой, тем хуже становились ее отношения с мужем. И вот, после 13 лет совместной жизни с Макларен Вествуд развелась с ним. Со своим третьим мужем, который моложе Вивьен почти на 25 лет, она познакомилась в Венской академии. Андреас Кронталер был одним из лучших ее учеников. Собственно, замуж за него она не собиралась. «Во всем виновата английская бюрократия, – признается Вивьен. – Мы были любовниками, жили вместе, но Андреасу часто приходилось уезжать в Европу и возвращаться обратно в Англию, и нам было проще пожениться, чем каждый раз оформлять целую кипу бумаг». Теперь Вивьен не мыслит своего творчества без мужа: «Андреаса Кронталера я почти не критикую. Хотя никакой скидки на возраст ему не полагается. Просто он единственный из тех, кого я знаю в моде, способен на гениальные решения. Его коллекции внутри моих выглядят так, будто я превзошла самое себя. Ведь моя голова немного устала. А в его голове еще много неосвоенных территорий».

Бунтарка и скандалистка по духу, Вивьен Вествуд, несмотря на свой уже почтенный возраст, продолжает эпатировать публику и потрясать устои. В возрасте 62 лет она снялась обнаженной для модного французского журнала. А недавно вызвала скандал в мире Высокой моды тем, что вывела на подиум мужскую коллекцию, главным аксессуаром в которой служила неожиданная для мужского гардероба вещь – бюстгальтер. Для рекламы своей последней коллекции Вивьен пригласила скандально знаменитого рок-музыканта Мэрилина Мэнсона. Даже часы на фасаде ее бутика World's End на Кингз Роуд идут в обратную сторону. Вествуд любит быть в центре внимания. «Я нравлюсь газетам, – говорит она, – поскольку они считают меня

сумасшедшей. А мне нравится, когда я нравлюсь».

Леди Вив так и продолжает балансировать между крайностями, удерживаясь на грани добропорядочности и дурного вкуса. Может быть, именно этим она и привлекательна. Невероятные модели из ее коллекций – платья с кринолинами и затянутыми корсетами – навсегда войдут в историю мировой моды. Так же, как и сама Вивьен Вествуд – женщина, сумевшая изменить мир.

ВИОННЕ МАДЛЕН

(род. в 1876 г. – ум. в 1975 г.)

Классик французской моды, Мадлен Вионне вошла в историю Высокой моды, совершив несколько кардинальных открытий в области конструкции одежды. Ее идеи стали революционными, они изменили не только гардероб женщины, но и само ее отношение к своему платью, к миру и к себе самой. Вионне, наверно, нельзя назвать основателем какого-то определенного направления в мире моды, но именно она стала «наставницей» многих модельеров, вдохновляя их на создание великолепных коллекций, повлияв тем самым на весь мир моды XX столетия. Она заложила основы современного кроя, придумав прославивший ее крой по косой нити. Она стала изобретателем воротника-«хомутика» и воротника-капюшона, ввела в моду новую ткань – шелковый креп с добавлением ацетата. И хотя шумная слава обошла ее стороной, многие специалисты в мире моды считают, что «королева кроя» Мадлен Вионне обладала «самым оригинальным творческим дарованием, какое когда-либо встречалось в истории моды».

Мадлен Вионне родилась в 1876 году в Париже в довольно бедной семье. Она ходила в школу, училась неплохо, особенно блистала в математике. Однако, чтобы помочь родителям, в возрасте 12 лет ей пришлось бросить школу и пойти учиться на закройщицу. Окончив обучение и поработав немного в Париже,

16-летняя Мадлен уехала в Англию. Там она продолжала много работать, набирая необходимый опыт, и через четыре года стала управляющей ателье Кэт Рейли, знаменитой лондонской портнихи. К этому времени она уже успела выйти замуж и родить ребенка, который вскоре умер.

В 1900 году Вионне вернулась в Париж и устроилась работать в парижскую фирму дамских мод сестер Калло. В это время Дом Калло был популярен во Франции и славился богато расшитыми золотом и серебром платьями. Старшая из сестер, Мария Калло Гербер, художественный руководитель их модного Дома, стала наставницей молодого модельера. «У нее я научилась делать “роллс-ройсы”, без нее я бы делала “форды”», – говорила Мадлен, вспоминая эти годы. Спустя совсем немного времени Вионне стала главной закройщицей, а затем ее назначили главой филиала Дома Калло в Лондоне.

Следующей ступенькой в карьере Вионне стала работа в не менее знаменитом тогда Доме моделей Жака Дусе, который уже к концу XIX века был одним из ведущих Домов моды в Париже. Жак Дусе предложил Мадлен обновить его модели. К этому времени за плечами Вионне был уже огромный опыт работы и почти сложившийся собственный стиль. Еще при их первой встрече, когда Дусе увидел эскизы революционных на тот момент моделей, он был поражен: «Я плохо понимаю, каким образом вам удалось достичь такого облегания? Я не вижу вытачек. И каким образом надеваются эти облегающие платья без пуговиц и крючков?» Все объяснялось просто. Вионне кроила «по косой» и использовала в работе кнопки, пришивая их очень близко друг к другу, так что застежки просто не было видно.

Эта встреча состоялась где-то в первом десятилетии XX века, когда в моде были еще помпезные наряды конца прошлого столетия, а женские фигуры были затянуты в жесткие корсеты. И хотя «диктатор моды» и выдающийся реформатор женского костюма Поль Пуаре уже создал к этому времени новую модель платья, отменив корсет, его идеи еще не прижились, так же, как и не все идеи Вионне пришлись по душе покупателям. Отказ Мадлен от корсета и укороченная длина платья были приняты далеко не сразу.

В 1912 году Мадлен Вионне покинула Жака Дусе и открыла собственное предприятие на улице Монтеня в Париже. Однако вскоре началась война, дело пришлось свернуть. Во время Великой депрессии Вионне закрыла свое ателье. Она перебралась в Италию, где занялась самообразованием, читая книги по истории искусства, архитектуры и литературы. Только после окончания Первой мировой, в 1918 году, Дом моды Вионне вновь

открылся. Так начиналась блистательная карьера Мадлен, расцвет которой пришелся на период между двумя Мировыми войнами.

Уже в 1920-е годы имя Мадлен Вионне стало символом элегантности. Модельер изменила отношение женщин к одежде, показав, что платье – не искусственная оболочка, а «естественное продолжение фигуры, которое подчиняется телу, следует за его движениями».

Модельер отказалась от корсета и стала создавать платья из мягких, струящихся тканей, которые, драпируясь на женской фигуре, подчеркивали каждую ее линию и следовали каждому ее движению, оттеняя красоту женщины. Для создания подобного эффекта Вионне прибегала к крою по косой, который до того использовался только для пошива воротников, манжет и других мелких деталей. Теперь же Мадлен кроила по косой целое платье, получая в итоге воздушные и мягкие складки ткани, подобные которым можно было увидеть на изображениях античного костюма.

До сих пор искусство Вионне в крое по косой и создании искусных драпировок остается непревзойденным. Некоторые секреты ее мастерства сумел разгадать только модельер Аззедин Алайя, мастер кроя высокого класса. Только он сумел приблизиться к совершенству созданного Вионне в 1935 году вечернего платья цвета слоновой кости, идеальная форма которого создана при помощи одного-единственного шва. Сегодня это платье, которое, без сомнения, считается произведением высокого искусства, хранится в парижском Музее моды и текстиля. Это платье, как и прочие «чудесные творения» Мадлен Вионне, нельзя было скопировать, не распоров предварительно на отдельные детали.

Вионне творила без предварительных эскизов, сразу из ткани на деревянном манекене, за что и получила титул «архитектор в моде». Она «создавала модели так, будто одевала античные статуи», – говорили о ее работе. И еще: в основе кроя Вионне не было ни одной неправильной линии. Там, где должна быть косинка, была косинка, а где был прямой крой – линия шла идеально. «Любовь к геометрии позволила Мадлен Вионне создавать изысканнейшие фасоны на основе простых форм, таких как четырехугольник или треугольник», – писала Шарлотта Зелинг, автор книги «Мода. Век модельеров, 1900–1999». Потом этот геометрически правильный кусок ткани «собирался» на манекене, кое-где, по минимуму, делались швы, а различные вышивки, узелки и розетки, которые использовались в качестве украшения, позволяли собрать материал нужным образом в

нужном месте, что позволяло уменьшить количество швов. Декоративную отделку модельер размещала по направлению нити, чтобы та не утяжеляла платье. Использовала она и бахрому, только пришивала ее отдельно каждый кусочек, чтобы «не нарушать эластичность костюма». «Когда женщина улыбается, платье должно улыбаться вместе с ней», – считала Мадлен.

Огромное значение Вионне придавала выбору ткани. Она использовала легко драпирующийся материал – шелковый креп, муслин, бархат, сатин. Ее поставщиком был Бьянчини-Ферье, который в 1918 году специально для Вионне создал новую ткань – шелковый креп с добавлением ацетата. Этот шелк стал одной из первых синтетических тканей. Кроме высоких требований Вионне к качеству материала для платьев было еще одно – к его размерам. Модельер использовала ткани шириной не менее двух метров, иначе невозможно было кроить по косой нити. Цвету ткани модельер придавала гораздо меньшее значение, хотя из всех цветов предпочитала белый и все его оттенки, который и создавал эффект древнегреческих одежд.

Кроме кроя по косой линии Мадлен Вионне сделала еще несколько изобретений в области моделирования и кроя, среди которых – асимметричный вырез, воротник-«хомутик», воротник-капюшон. Она первая создала комплект – платье и пальто с подкладкой из той же ткани, что и платье.

Обувь к моделям Вионне делал ее муж, русский белоэмигрант Нечволодов, о котором известно только то, что он был сыном генерала и в годы Гражданской войны покинул Россию и обосновался во Франции. Там он стал владельцем процветающего модного обувного предприятия «Нетч и Фратер». Однако «догнать» жену по масштабам бизнеса ему не удалось. К 1939 году на Дом Вионне, изготовлявший до 300 моделей в год, работало около трех тысяч человек. Мадлен старалась оптимально организовать труд своих работниц, предоставляя им не только хорошие условия работы, но и социальные права: сотрудникам предприятия она оплачивала отпуск и пособие в случае болезни. Кроме того, прямо в Доме моды были организованы столовая, больница, стоматологическая клиника и даже туристическое бюро, к помощи которого работники могли прибегнуть во время отпуска.

Мадлен Вионне большое внимание уделяла защите своих авторских прав, поэтому документировала каждую свою модель, делая с нее по три фотографии в разных ракурсах. Затем фото наклеивались в специальный копирайт-альбом. За все годы работы собралось 75 таких альбомов, составивших основу коллекции UFAC (Union Français des Arts du Costume). Чтобы

избежать копирования моделей, Вионне не позволяла корреспондентам модных журналов их фотографировать, поэтому современники так и не смогли увидеть и оценить творчество модельера в полном объеме.

Дом моды Мадлен Вионне просуществовал до 1939 года. С началом Второй мировой войны, когда Франция была оккупирована, он снова прекратил свою деятельность, но теперь уже навсегда. Вионне, которой было уже 63 года, ушла на покой. Тихо и уединенно она дожила до глубокой старости и умерла в возрасте 99 лет.

Мадлен Вионне, великий мастер кроя, получившая прозвище Колдунья за свой талант в области кроя, изменила мир моды XX века. Ее струящиеся платья, сшитые по косой, определили силуэт 1920–1930-х годов. По мнению Кристиана Диора, творчество этой женщины – вершина искусства от кутюр, которую невозможно превзойти. Ее учениками считают себя знаменитые модельеры Кристобаль Баленсиага и Аззедин Алайя, ее поклонниками являются Иссэй Мияке и Йодзи Ямамото, а ее продолжателем стал Джон Галлиано, возродивший в конце 1980-х годов крой по косой. За особые заслуги перед Францией Вионне была награждена орденом Почетного легиона. И при этом сама она не считала себя особо причастной к миру моды, заявляя: «Я не знаю, что такое мода, я не думаю о моде. Я просто делаю платья». Для настоящего портного, по ее мнению, мода – пустое слово. Незадолго перед смертью, подводя итоги всей жизни, модельер сказала: «То, что я творила, нельзя назвать модой. Сделанное мною было создано для того, чтобы остаться навсегда. Я хотела, чтобы мои платья пережили время благодаря не только своему крою, но и своей художественной ценности. Я люблю то, что не теряет достоинств с течением времени». И хотя ее идеи в свое время приживались довольно тяжело, сегодня невозможно представить себе мир Высокой моды без знаменитых платьев от Мадлен Вионне.

ВОДЯНОВА НАТАЛЬЯ

(род. в 1982 г.)

Российская топ-модель, лицо Calvine Klein. Судьба этой девушки живо напоминает судьбу сказочной Золушки…

Наталья Водянова родилась в 1982 году в Нижнем Новгороде. Жизнь ее не баловала: она жила с сестрой и мамой, которая как могла крутилась на четырех работах, чтобы хоть как-то свести концы с концами и содержать двух дочек, младшая из которых была инвалидом. Семья буквально бедствовала, так что о карьере модели Наташа и задумываться не могла, ведь в группах агентства она не то что заниматься не имела возможности, у нее не было денег даже на модный журнал. И вообще, девочка просто выживала – ведь маме приходилось несладко, так что домашние дела старшей из сестер пришлось целиком и полностью взять на себя… А модельный бизнес – это не для нищего ребенка. Водянова и представить себе не могла, что когда-нибудь уедет из Нижнего Новгорода; правда, ее не оставляло ощущение грядущих больших перемен. Девочка твердо была уверена: ее жизнь не будет такой безнадежно беспросветной, как у ее матери. На чем основывалась такая уверенность? Если честно – ни на чем. Если хотите, назовите это интуицией.

Как каждой девочке, Наташе, естественно, было не все равно, как она выглядит. Но что могла дать ей мать? Дешевые вещи,

которых всегда не хватало? А ведь эмоциональной, влюбчивой девочке очень хотелось красиво одеваться, нравиться мальчишкам, которые ее почему-то не любили. Стараясь выглядеть получше, Водянова не один раз «гробила» одежду мамы и бабушки, «подгоняя» ее на себя по своему вкусу. Конечно, ей попадало за это, но наказания помогали ненадолго.

Перемену отношения к себе со стороны представителей противоположного пола Наташа заметила, лишь когда ей исполнилось 15 лет. Девушка вдруг поняла: да, природа не дала ей идеальной фигуры и правильных черт лица, зато в компенсацию наделила каким-то внутренним шармом. И пусть ровесники по-прежнему не особо интересовались Водяновой, зато взрослые мужчины, как железо на магнит, начали реагировать на нее. Наташина интуиция не давала ей покоя, Водянова была уверена: в ее жизни произойдет нечто необычное и это будет связано именно с внешностью. Дальше, смеется сегодня модель, началась классическая история превращения гадкого утенка в белого лебедя…

На тот момент у Наташи был друг, который занимался в школе Натальи Власовой. Вместе с ребятами из своей группы он время от времени участвовал в местных показах, и, естественно, всем им это нравилось. Парень решил привести в школу и Наташу. А поскольку обучение (оно длилось три месяца) стоило немало, предложил заплатить за подругу. Водянова не стала отказываться. Ей понравилась атмосфера школы, занятия хореографией, практика нанесения макияжа. Кроме того, ребята часто… читали стихи! И это тоже разнообразило жизнь.

Однако все эти занятия и показы оставались для девушки просто развлечением, чем-то абсолютно несерьезным. Ведь она еще в 15 лет ушла из дому, стала жить отдельно от родных и сама себя содержала. Вместе с близкой подругой Наташа сняла квартиру; львиная доля времени уходила на работу – не ту, конечно, о которой мечтают, зато благодаря которой можно было заработать деньги. Девушки продавали фрукты; они прекрасно знали, каким образом строится подобный бизнес, поскольку их матери тоже торговали на рынке. Интересно, что у 15-летних девчонок дела шли весьма неплохо. Так что особого внимания модельному бизнесу Наташа не уделяла – так, тешит самолюбие и какие-никакие 50 рублей за показ…

В школе Водянова всегда училась старательно. Однако затем семейное положение Наташи дало себя знать: на школу просто не оставалось времени и сил! Еще в 15 лет, уже работая, девушка все же пыталась кое-как одолевать программу, но затем поняла, что ей придется забыть об образовании. Школу она, конечно же,

терпеть не могла, с одноклассниками почти не общалась. Детям из более-менее благополучных семей было тяжело понять издерганную и замотанную жизнью Наташу. Зато отношения с учителями у девушки складывались великолепно: педагоги понимали, в каком положении она находится; взрослые любили эту сильную личность, не сломавшуюся под напором обстоятельств и пытавшуюся самостоятельно выкарабкаться из нищеты. Естественно, Водянова платила учителям ответной любовью. В последнем классе Наташа уже практически не появлялась. Она продолжала работать, учила английский и… готовила документы на выезд за границу. Аттестата о среднем образовании супермодель, кстати, так и не получила.

Водяновой повезло: ее взяла в свое агентство Евгения Чкалова. Занятия на новом месте проводились более качественно, профессионально. После обучения у Евгении уже можно было задумываться о каких-то перспективах. Она же отучила Наташу от некрасивой привычки кусать губы. Прошло немного времени, и Чкалова позвонила девушке, чтобы сообщить: в Нижний Новгород приезжают профессионалы из Парижа; французы решили впервые провести кастинг не в столице, а в других городах. В том числе и в Нижнем. Евгения настаивала: Водяновой стоит прийти и попробовать свои силы.

Наташа вдруг почему-то занервничала. Она решила, что должна надеть короткую юбку, но найти ее не смогла, так что (в который раз!) вооружилась ножницами и «переполовинила» длинную вещь. На кастинг пришло больше сотни девушек. Водяновой очень не понравилось, что всех их выстроили в одну шеренгу; поскольку она сама всегда была довольно гордым ребенком, становиться так, как было сказано, Наташа не захотела. Она встала чуть в стороне, сбоку.

К счастью для Водяновой, в тот день претенденток смотрели хорошие специалисты, среди которых был и Алексей Васильев. Именно он первым обратил внимание на Наташу, подошел к ней с камерой и поздоровался: «О! Роми Шнайдер! Здравствуйте, Роми Шнайдер!» Странно, но только после слов Васильева его коллеги заметили, что девушка и в самом деле похожа на звезду экрана и к тому же излучает какой-то необъяснимый шарм. Хотя абсолютно не прикладывает к этому никаких усилий.

Васильев в тот же день сказал Наташе, чтобы она спешно учила английский; если справится – обязательно поедет в Париж. Трудно поверить, но Водянова слова Алексея восприняла скептически; она не верила, что сможет пробиться в серьезный модельный бизнес. Зато за этот шанс ухватились мать и бабушка девушки. Они наперебой доказывали Наташе, что к совету

следует отнестись серьезно и во что бы то ни стало попробовать реализовать раскрывающиеся возможности. «Лучше это, чем то, что есть сейчас», – постоянно твердили женщины. Наконец, девушка решила поехать и посмотреть, что будет дальше, а не отмахиваться от подвернувшихся жизненных перспектив. Как оказалось, мама и бабушка были правы, изо всех сил стараясь убедить Наташу уехать. В Париже Водянову ждал шумный успех. Перед ней открылись серьезные перспективы. А Кельвин Кляйн сделал Наташу лицом своей марки. Вскоре у ног вчерашней продавщицы, судьба которой напоминала сказку о Золушке, лежали подиумы всего мира…

Водяновой часто задают вопрос о том, к чему же она стремится. Странно, но ответить на него девушка не может, – она просто не знает, что говорить. «Если бы я была Богом, то смогла бы вам сказать, к чему я стремлюсь», – растерянно пожимает она плечами. По старой привычке супермодель продолжает просто бороться за выживание… Наташа говорит, что никогда и ни о чем не мечтает. Она – очень реалистичный человек, а мечта – это нечто нереальное, эфемерное. Так зачем тратить время на нее? Зато девушка четко усвоила основной жизненный урок: цепляться нужно за любой случай или шанс, который предоставляет судьба, и использовать его до конца. Водянова относится к тем людям, которые живут сегодняшним днем, активно стремятся расти, не стоять на месте. А далеко идущие планы, равно как и копание в прошлом, ей совершенно не интересны.

Водянова известна своей благотворительностью. Естественно, что в поле интересов супермодели попали, прежде всего, одинокие матери и бездомные дети. Девушка охотно поддерживает различные социальные кампании по защите прав этих слоев населения, а также сама устраивает подобные акции.

Пресса любит перемывать кости звездам шоу-бизнеса и модельного мира. Не минула чаша сия и Наташу. Так, сотрудников одного из ведущих глянцевых журналов Америки почему-то крайне заинтересовал вопрос: сможет ли Водянова в благотворительных целях целоваться со своей подругой и коллегой Хеленой Кристенсен? Девушка ответила шокирующим заявлением: да, конечно! Вот только делать это она может и не ради благотворительности… «Я считаю Хелену одной из самых сексуальных женщин на планете Земля. У нее совершенно потрясающие кошачьи глаза. Мне кажется, что именно сквозь такие глаза видна душа и вся сущность человека. Глаза – самый важный и сильный элемент человеческого тела», – пространно поясняла свою позицию Наташа. Общественность была потрясена откровенностью супермодели. Возможно, Водянова сказала

правду. Но не менее вероятно, что такие высказывания – своего рода «защита от дурака», применять которую россиянка научилась блестяще…

Время от времени Наташа приезжает в родной город, хотя давать интервью не любит, и журналистам увидеться и поговорить с ней непросто. Супермодель, успевшая покорить подиумы всего мира, уже замужем и семейной жизнью вполне довольна. Правда, Наташа шутит, что ее муж… постоянно боится собственной супруги! Ведь у Водяновой абсолютно удивительный взгляд: она умудряется смотреть так, что складывается впечатление, будто девушка видит собеседника насквозь. «Я просто смотрю, а людям уже страшно», – пожимает плечами модель.

В общем, все сложилось так, как Водяновой когда-то в детстве подсказывало некое «шестое чувство»: и невероятная перемена в жизни, связанная с ее внешностью, и избавление от нищеты, и возможность жить интересно, ярко, не сражаясь ежеминутно за кусок хлеба… Говорят, сильным, целеустремленным личностям просто должно повезти в жизни. Но возможно, российская супермодель попросту исчерпала все запасы трудностей и проблем, отмерянных ей судьбой. Просто кто-то там, наверху, забыл перемешать «черное» и «белое» в ее жизни; по иронии судьбы «черное» выпало первым. Девушка с честью выдержала испытание на прочность и теперь имеет полное право наконец-то быть счастливой. Но, как ни странно, этому тоже приходится учиться. Например, мечтать у Наташи пока так и не получается…

ВОРОНИН МИХАИЛ ЛЕОНТЬЕВИЧ

(род. в 1938 г.)

Культовая фигура в мире моды, ведущий украинский модельер мужской одежды. Показы его коллекций проходили в 60 странах мира, в том числе в Париже в представительстве ООН и в Голливуде. Марка «Михаил Воронин» известна далеко за пределами Украины. Деловые костюмы этой марки поставляются в 16 стран мира. Модельеру принадлежит авторство жилетно-макетного метода кройки, который позволяет изготовить костюм без примерки. Кроме того, Воронин является успешным бизнесменом, возглавляющим одноименный концерн, и доктором наук.

У Зощенко есть рассказ о том, как юноша и девушка познакомились на пляже. Они загорали, купались, играли в волейбол и беседовали, договаривали друг за друга фразы. Воздух уже искрился зарождающейся любовью, но день подошел к концу, и надо было уходить. Молодые люди оделись, и – о ужас! – красавица преобразилась в коротконогое чудовище, а юноша, сложенный, как молодой бог, напоминал двустворчатый шкаф. Они отпрянули друг от друга и разошлись, чтобы больше никогда не встречаться.

Изделия легкой промышленности в бывшем Советском Союзе действительно страдали несовершенством. Одежда мрачных цветов заполняла магазины. Готовых нормальных вещей

практически не существовало, поскольку купленное всегда необходимо было подшивать и переделывать. Женщинам было проще – многие шили сами. А мужчинам, чтобы прилично выглядеть, надо было заказывать костюм у портного. В 70–80-е годы прошлого столетия в Киеве было два известных мастера мужской одежды: Валерий Любивый, который работал в ателье «Коммунар» и обшивал, в основном, политическую элиту того времени, и Михаил Воронин, шивший для всех. К нему, как к высококлассному специалисту, всегда и стояли очереди из клиентов. Предварительная запись осуществлялась за несколько месяцев, а иногда этот срок увеличивался до года. Но люди были согласны ждать, поскольку знали, что костюм от Воронина подчеркивает то, что нужно, скрывает недостатки и сидит как влитой.

А началось все с маленькой вышитой подушки, приготовленной в подарок для возвратившейся из командировки матери… Как все мальчишки послевоенной поры, Михаил мечтал о карьере кадрового военного и в 13 лет поступил в военное артиллерийское училище, но оно через несколько месяцев было закрыто. По окончании 8-го класса обычной средней школы юноша по совету матери поступил в профтехшколу швейников и через три года получил профессию – портной верхней мужской одежды. В 16 лет Михаил начал работать в ателье и уже к 24 годам имел собственную бригаду, многие из работников которой были гораздо старше Воронина. Мастера ворчали, когда «юнец» предлагал то или иное новшество. Чтобы прекратить разговоры и завоевать авторитет, Михаил на спор за одну ночь сшил зимнее пальто.

Одной из характерных черт Воронина является неуемное желание учиться. Несмотря на обилие работы, в 1964 году он окончил курсы и стал закройщиком верхней мужской одежды, в 29 лет поступил в Киевский технологический институт легкой промышленности, диплом которого получил в 1972 году, а через восемь лет защитил кандидатскую диссертацию.

Пошив мужского костюма требует, как минимум, двух примерок, а для человека с нестандартной фигурой их количество может достигать пяти. Портной Воронин, который принимал по 400 заказов ежемесячно, не мог позволить себе подобной роскоши. Используя тщательные обмеры заказчика, он сократил количество примерок до одной. Однажды Михаил прочел, что ученые по одной косточке черепа полностью восстановили облик динозавра. Это навело его на мысль, что можно использовать подобные методы для пошива одежды. В течение нескольких лет Воронин изучал анатомию и физиологию

и изготовил модуль фигуры, с помощью которого можно было сшить костюм без примерок. Это было первое из нескольких десятков изобретений, сделанных им. Предложенный метод значительно сократил время изготовления костюма и сразу же начал пользоваться успехом. Первыми его освоили сотрудники ателье, в котором работал Михаил. Воронин преподавал жилетно-макетный метод пошива сначала на республиканских, а затем и на союзных курсах портных. Через некоторое время метод получил мировое признание, и в настоящее время его используют портные многих стран мира.

Воронин утверждает: «Вы думаете, модельер производит одежду? Нет. Я даю людям счастье, и хороший костюм – достойный повод ощутить вкус жизни, полноту существования. Вот мы подбираем одежду под собственный характер, но и она сама формирует нам настроение, ведь костюм отражает статус и успех, и недаром говорят, что это тест на социальную зрелость. Внешний вид говорит о человеке, когда сам человек еще молчит, – поэтому так важно создать хорошее первое впечатление, и в этом помогает культура костюма». Именно потому у Воронина было много именитых заказчиков, среди которых – и руководители крупных предприятий, и артисты, и политические деятели. Он шил для Михаила Горбачева, Рональда Рейгана, президента Франции Ширака, Леонида Кравчука. Сшитый Ворониным пиджак, в котором первый президент независимой Украины принимал присягу, сейчас хранится в Национальном историческом музее.

Исследования, проведенные психологами, показали, что 80 % успеха бизнесмену обеспечивает его костюм. Сколько же должно быть костюмов в гардеробе у делового человека? По мнению Эйнштейна, не менее двухсот одинаковых костюмов для того, чтобы утром, собираясь на работу, не приходилось задумываться над такой ерундой.

Но не все согласны с мнением Эйнштейна. Основу гардероба всякого уважающего себя бизнесмена должны составлять три костюма: черного, синего и серого цвета, дополненные несколькими парами брюк и пиджаков. Михаил Воронин полагает, что костюмов должно быть не меньше пяти, и к ним дополнительно пять пар брюк. Кроме того, в середине дня модельер рекомендует костюм сменить. «Принцип такой: чем старше человек, тем ярче он должен одеваться. К тому же в послеобеденное время вы уже чувствуете себя немного уставшим, способность воспринимать обстановку притупляется, и поэтому следует надеть костюм, который поможет поднять настроение и вам, и окружающим».

В 1980-х годах Воронин довольно часто бывал в Москве, поскольку обшивал большинство членов партийного руководства страны. В одну из таких поездок в 1988 году к нему обратился представитель одной из австрийских фирм с предложением разработать бронежилет специальной конструкции, предназначенный для гражданских людей, который можно было бы носить под обычным костюмом. В течение года Воронин разработал опытные образцы бронежилета, а затем несколько лет плодотворно сотрудничал с этой фирмой. В 1989 году впервые состоялся показ коллекции модельера в США, который прошел в Голливуде. Вскоре к Воронину обратилась еще одна австрийская фирма с просьбой наладить производство кожаных курток. Возникшие деловые связи и полученные Ворониным за работу деньги положили начало созданию фирмы «Михаил Воронин – Вена – Париж», которая была официально зарегистрирована в 1991 году. В 1994 году фирма была преобразована в концерн, и Воронин стал ее президентом.

Михаил Воронин проявил себя не только как талантливый модельер, но и как умелый бизнесмен. Когда он в 1994 году возглавил швейную фабрику им. Горького (ныне «Желань»), ему пришлось применить довольно жесткие методы для того, чтобы наладить выпуск качественной продукции. В течение двух лет Воронин обучал и уговаривал коллектив работать по-новому, но, к сожалению, результата не было. Тогда Михаил Леонтьевич ввел жесткую дисциплину, уволил 100 человек из 800 работающих, разделил работников на три категории в соответствии с их мастерством, наладил систему надбавок и поощрений и поставил условие: на фабрике останется только тот, кто захочет и сможет работать по-новому. В течение месяца изготавливалась новая партия одежды. Воронину никто не смел ни возражать, ни высказывать свое мнение. «Тирания», установленная им, принесла свои плоды. И когда Михаил за 20 % стоимости предложил работникам купить костюмы, которые были выпущены ранее, ни один человек не согласился.

В 1997 году Воронин переоснастил фабрику. Сейчас на ней используется оборудование, большая часть которого произведена в Германии, а также французские, швейцарские и японские станки. Все машины изготовлены ведущими мировыми фирмами, специализирующимися на создании швейного оборудования. Качество продукции гарантирует не только это, но и используемые технологии и методы пошива, разработанные Ворониным. Из своих поездок по миру, посещений ведущих швейных фабрик модельер всегда привозит новые методы и приемы работы с тканью, методы раскроя и обучает этому своих

работников.

Сейчас в концерне «Михаил Воронин – Вена – Париж» работает около 2,5 тысяч человек. В него входят фабрика, сеть магазинов (более 40), а также торговый дом и ателье-эксклюзив, которое является экспериментальной базой для разработки новых коллекций и моделей мужской одежды. Фабрика «Желань» кроме производственной части включает в себя конструкторское бюро и дизайн-центр. Ежедневно выпускается более 400 костюмов. Торговый дом «Воронин – Украина» занимается исследованием тенденций рынка, особенностей сбыта в том или ином регионе, составлением заказов, рекламой марки и продажами изделий.

Костюмы от Воронина экспортируются в 16 стран мира, среди которых Германия, Франция, Италия и США, но модельер считает, что самым главным для него является украинский потребитель. Качество изделий и их безупречный крой обеспечили Воронину мировое признание. На международном конгрессе, который проходил в Риме в 1997 году, его фирма завоевала присуждаемый ежегодно приз «Лучшая торговая марка». Через год костюмы от Воронина получили европейский знак качества «Золотая звезда качества». Изделия модельера и его компания завоевали множество престижных украинских и международных наград. Успех одежды от Воронина подтверждается не только призами, но и завистью конкурентов. Однажды ему на год закрыли визу в Австрию, чтобы сдержать стремительность наступления «зарвавшегося» украинского модельера.

Сейчас Михаил Воронин производит одежду четырех марок для потребителей с различным социальным уровнем и доходами. Костюмы, выпускаемые под маркой «Желань», шьются из отечественных полушерстяных тканей и предназначены для молодежи и покупателей с невысокими доходами. Для костюмов марки «Михаил Воронин» используются импортные материалы и фурнитура. Потребители этой марки – бизнесмены и люди со средним достатком. К слову, сам модельер носит одежду этой марки. Линия «Voronin» предназначена для людей с высоким уровнем доходов. В нее входят выпускаемые небольшими партиями современные костюмы и смокинги, которые изготавливаются из элитных тканей. Марка «Voronin sport» включает в себя футболки, джинсы, куртки для занятий спортом и отдыха.

Все коллекции выполняются в нескольких вариантах с учетом национальных особенностей, телосложения и предпочтений покупателей разных стран. Варьируется не только цвет, но и покрой. Французы предпочитают красные пиджаки, туркмены –

зеленые, итальянцы любят узкие костюмы, украинцы и американцы – широкие… Все эти требования полностью известны модельеру. Воронин объездил практически весь мир: Африку, Юго-Восточную Азию, Америку, всю Европу. Он признался, что когда начал ездить по миру, то в каждой новой стране заходил в кафе или ресторанчик, брал чашку кофе и тайком зарисовывал в блокноте особенности покроя одежды, которую он видел на посетителях, сочетание рисунков и прочие детали. Позже модельер составлял каталоги, которые сейчас служат ему большим подспорьем в работе.

Воронин постоянно обновляет оборудование, которое помогает ему выпускать мужскую одежду в соответствие с последними модными тенденциями. Он придерживается правила, что цена должна расти медленнее, чем качество изделий, только при таком условии может увеличиваться рынок сбыта. Воронин уделяет внимание всему, начиная от ткани и фурнитуры, используемой для пошива, до способов доставки и продажи одежды. Так, продавцы-стилисты, работающие в магазинах «Михаил Воронин», проходят специальное обучение; изделия доставляются в специальных машинах, оборудованных подвесным механизмом для одежды; предназначенные для продажи костюмы, развешиваются на расстоянии 12 см один от другого.

Отвечая на вопрос о том, каков его потребитель, Воронин сказал, что это человек будущего, самостоятельно мыслящий и знающий, чего он хочет. В 2004 году Воронин начал выпуск коллекций женской одежды. Теперь украинские деловые женщины тоже получили возможность одеваться современно и изысканно. Кроме того, костюм от Воронина – это не только одежда, но еще и талисман. Говорят, он приносит удачу.

ВОРТ ЧАРЛЬЗ ФРЕДЕРИК

(род. в 1825 г. – ум. в 1895 г.)

Имя этого легендарного кутюрье, законодателя европейской моды, сейчас мало кому известно. А ведь именно он стал основоположником империи Высокой моды не только во Франции, но и во всей Европе. В 1845 году этот англичанин приехал в Париж, а уже через 12 лет, в 1857-м, он основал собственный, первый в Европе Дом моделей, который просуществовал почти сто лет. Он одевал многих сильных мира сего, в том числе представителей почти всех королевских семей Европы. Имя Чарльза Ворта было известно всему миру, его называли некоронованным королем моды и непревзойденным мастером костюма. Он возродил кринолин и придумал турнюр. Он первым стал использовать для демонстрации своих моделей живых манекенщиц и ежегодно представлять новые коллекции одежды от кутюр. Даже само выражение от кутюр было создано для Чарльза Ворта, который по праву считается первым кутюрье.

«Портной ставил Рене перед огромным, от пола до потолка, зеркалом и, сосредоточенно сдвинув брови, смотрел на нее… Через несколько минут маэстро, как бы осененный вдохновением, рисовал крупными неровными штрихами задуманный им шедевр… Но иной раз вдохновение упорно не являлось… И он выставлял Рене за дверь, повторяя: “Невозможно, невозможно,

дорогая, приходите в другой раз. Я вас сегодня не чувствую…”». Так описал Эмиль Золя в своем романе «Добыча» работу Чарльза Ворта, великого французского кутюрье, по рождению англичанина.

Чарльз Фредерик Ворт родился в 1825 году в бедной семье в провинциальном английском городке графства Линкольншир. В 13 лет мальчик подался в столицу в поисках заработка. Переехав в Лондон, он на семь лет связал свою жизнь с фирмой «Льюис и Эйленби», специализировавшейся на торговле текстилем, украшениями, шалями, тканями, где из учеников вскоре перешел на должность продавца модного магазина. Все свободное время Чарльз проводил в лондонской Национальной галерее, изучая живопись старых мастеров. Там он подолгу рисовал, копируя узоры тканей и вышивок, делая эскизы деталей платьев с полотен великих художников. Эти многочасовые занятия стали для молодого человека своеобразным университетом, сыграв огромную роль в становлении его как художника исторического костюма.

В 1845 году 20-летний Чарльз Фредерик, не зная ни слова по-французски и имея всего 117 франков в кармане, отправился в Париж покорять столицу моды. Тогда никто не мог предположить, что всего через 15 лет у этого англичанина будут одеваться девять королевских дворов Европы.

Прибыв в Париж, Ворт устроился работать продавцом в магазин «Ла Вилле де Пари», а спустя какое-то время поступил на работу в фирму Гагелен, одну из наиболее известных в середине XIX века Модных домов Парижа, где начал свой путь к великой карьере. Платья, которые моделировал молодой человек, уже тогда выдавали в нем большой талант. Но официальное признание пришло к нему несколькими годами позже. На международной выставке в Париже в 1855 году Чарльз Ворт получил медаль первого класса за разработку шлейфа новой конструкции, который ниспадал с плеча, а не с талии, придавая тем самым совершенно новый силуэт женскому платью.

В 1857 году совместно с компаньоном – шведом Отто Густавом Бобергом (1821–1881 гг.) – Ворт основал в Париже собственную фирму на Рю де ля Пэ (Rue de la Paix). Боберг вскоре от дел отошел, а Чарльз выкупил его долю и создал первый в Париже Дом моделей. Он с головой ушел в работу, создавая эскизы вечерних и выходных платьев. В этом ему помогала молодая жена, Мари Верне, – она наносила визиты дамам высшего света и знакомила их с эскизами мужа. Судьбу модельера решила одна из таких аудиенций, произошедшая в 1859 году. Приходя в течение нескольких недель в приемную

графини Паулины фон Меттерних, жены австрийского посланника в Париже, считавшейся самой модной женщиной в столице, Мари таки убедила ее купить за символическую цену одно из платьев, сшитое по эскизу Ворта. Необычайно элегантное, украшенное букетиками из живых фиалок, оно произвело фурор при дворе. Увидев это платье, императрица Мария Евгения, супруга Наполеона III, потребовала представить ей его создателя. Утром следующего дня модельер предстал перед императрицей, и эта встреча стала переломным моментом в жизни и карьере Чарльза Ворта, который в одночасье стал поставщиком французского императорского двора. Свой стремительный взлет Чарльз приписывал Паулине фон Меттерних и всю жизнь испытывал к ней благодарность. Даже когда много лет спустя графиня разорилась, а кутюрье к тому моменту брал немыслимые деньги за свои модели, он шил для нее бесплатно и в память о том первом платье посылал ей на день рождения небольшой букетик фиалок.

После знакомства с Марией Евгенией заказы посыпались на модельера как из рога изобилия. Его клиентками стали не только императрица, которая заказывала платья десятками, но и придворные дамы. Только для одной лишь церемонии – торжественного открытия Суэцкого канала – он создал для французского двора 150 платьев. Императрице нравился стиль, царивший в XVIII веке, все эти пышные юбки с узкими талиями и широкие декольте с открытыми плечами. Модельер, также питавший страсть к историческому костюму, следовал всем указаниям первой дамы Франции. А его наряды, сшитые из дорогих тканей – легкого шелка и бархата, вскоре стали показателем хорошего вкуса их владельцев.

Вскоре «некоронованный король» парижской моды приобрел мировую известность. Его клиентами были девять королевских домов Европы, среди них – Елизавета Австрийская, жена императора Франца-Иосифа I, испанская королева Мария Кристина, королева Виктория, королева Швеции Луиза, супруга российского императора Александра III Мария Федоровна. Последняя заказывала туалеты в Доме моделей Чарльза Ворта более 30 лет, при этом настолько доверяла его безупречному вкусу, что обычно делала это по телеграфу. Модельер, досконально знающий все особенности фигуры российской императрицы, лично подбирал подходящую ткань и придумывал фасон платья для столь важной клиентки.

Одевались у Ворта и многие знаменитости Европы. Среди представительниц старинных аристократических родов считалось правилом хорошего тона носить платья этого французского Дома

моделей. Чарльз Ворт выполнял заказы для многих известных российских фамилий – Юрьевских, Барятинских, Палей. Среди его клиенток были и знаменитые актрисы – Элеонора Дузе, Кора Герл, Сара Бернар. Иногда число заказов, поступивших модельеру, доходило до пяти тысяч в год.

Популярность Ворта объяснялась еще и тем, что его туалеты было чрезвычайно удобно носить. До него женские платья шились с кринолином – огромной нижней волосяной юбкой. А Чарльз Ворт еще в середине 60-х годов изменил его форму, создав кринолин из гибких стальных обручей, соединенных по вертикали подвижными лентами, а затем сменил круглый каркас юбки овальным. Десять лет его кринолин был на пике моды, пока сам же модельер не предложил вместо него свое новое изобретение – турнюр. С его помощью Ворт снова изменил силуэт и форму платья. Спереди юбка была плоской и прямой, а задняя ее часть кроилась чуть ниже талии и увеличивалась специальным каркасом или подушечкой – турнюром, над которым ткань собиралась крупными складками. Юбка же украшалась воланами, оборками и бантами.

Кутюрье сделал еще несколько «модных» изобретений. В 1860 году Ворт придумал «тунику», представляющую собой юбку до колена, которую носили поверх длинной юбки. Он же стал первым, кто предложил шить платья с двумя сменными лифами, один из которых, более закрытый, был визитным, второй, декольтированный и с очень короткими рукавами – бальным. А еще он изобрел корсет особой S-образной конструкции, который придавал фигуре модный силуэт песочных часов с пышной грудью и бедрами и узкой талией.

Чарльз Ворт стал первооткрывателем не только в области моделирования одежды. Его считают родоначальником самого понятия «от кутюр», что в переводе с французского означает «высокое шитье». Само слово «кутюрье» (couturier) было создано для него: до Ворта существовали только «couturieres» – «портнихи». Этот человек первым поднял шитье в ранг высокого искусства. Все модели, вышедшее из его рук, шились практически вручную и являлись настоящим произведением прикладного искусства. А кроме всего прочего, Чарльз Фредерик Ворт, опять же первым, стал «подписывать» созданные им модели своим именем – подобно художнику. На всех платьях первого в истории Высокой моды кутюрье были ленточки с вытканной на них его фамилией. Так родилась торговая марка. Став законодателем моды, свой и без того немалый доход Ворт увеличивал за счет выпуска ежегодных коллекций одежды, которые мгновенно раскупались. А для пущей рекламы он начал публиковать цветные

изображения своих моделей в журнале Harper's Bazaar.

Художник создавал моду для элиты общества. Он комбинировал разные материалы, отличающиеся по фактуре, цвету и орнаменту. Юбки нарядов украшались придуманным им еще в 1855 году длинным шлейфом особой конструкции, ниспадающим с плеча, и украшались воланами, рюшами и лентами, вышивкой, бисером и стеклярусом.

Для демонстрации восхитительных платьев изысканной публике модельер придумал дефиле и профессию манекенщицы. Костюм создавался на манекене, но представляли его зрителям девушки, нанятые мастером. Первой из манекенщиц Ворта, которых сам он называл «дублерами», стала его жена Мари. «Дублеры», кроме того, заменяли знатных и именитых клиенток на примерках, поскольку для подобной работы подбирались девушки с фигурами, идентичными фигурам заказчиц. В некоторых магазинах готового платья в те времена существовала практика в качестве рекламы надевать на молоденьких продавщиц предметы верхней одежды. Ворт же и здесь сделал шаг вперед – он оборудовал в своем ателье небольшую комнату, где «дублеры», медленно прохаживаясь, демонстрировали платья богатым клиенткам. Это нововведение вскоре переняли другие Дома моделей, и в конце XIX – начале XX века уже практически во всех уважающих себя Домах были специально оборудованные демонстрационные комнаты для показа новых коллекций состоятельным клиентам.

Но, возможно, самым большим вкладом Чарльза Ворта в мире от кутюр стал основанный им в Париже в 1868 году профессиональный союз кутюрье – Синдикат Высокой моды, созданный для защиты авторских прав модельеров от копирования. Существующий до сих пор Синдикат определяет тех, кого можно назвать кутюрье. Ворт сам обозначил обязательные требования для членов организации, и сегодня, как и полтора столетия назад, одним из них является необходимость создавать как минимум две новых сезонных коллекции одежды в год.

После смерти Чарльза Фредерика в 1895 году его Дом, ставший к тому времени всемирно признанным законодателем моды второй половины XIX века, перешел к его сыновьям, Жану-Филиппу (1856–1926) и Гастону Люсьену (1853–1924). Они продолжили бизнес отца, и в 1900 году появился первые духи от Ворта. Однако в 1954 году Дом, живший на протяжении четырех поколений Вортов, был продан в Англию. И несмотря на то что его имя сохранилось во Франции только в линии парфюма, он остался «бесспорным законодателем моды до такой степени, что

остался навсегда символом элегантности той эпохи».

ГАБАНИ АЛЕКС

(род. в 1974 г.)

Стилист, популярность которой в мире возрастает с каждым годом. Благодаря оригинальным идеям и креативному подходу к своей работе Габани умеет создавать неповторимые, оригинальные образы. Пожалуй, настолько ненавязчиво и мягко подчеркнуть достоинства своего клиента не может ни один другой стилист.

Мир моды, яркий и удивительно завлекательный, постоянно притягивает наше внимание. Глядя на феерические дефиле (современные показы коллекций в подавляющем большинстве превратились в театрализованные шоу высокого класса), невольно представляешь себя на месте создателей всего этого великолепия. С чем-то зрители соглашаются сразу и безоговорочно. Какие-то моменты, напротив, вызывают настороженность или полное неприятие; кажется, что сам, возможно, сделал бы лучше… Что ж, Судьба – дама с юмором; она часто предоставляет вчерашним зрителям, весьма далеким от мира модельного бизнеса, возможность резко сменить курс и сказать свое слово при создании Ее Величества Высокой моды.

Так, по сути, произошло с Алекс Габани – одним из лучших современных стилистов. Эта женщина-француженка всегда отличалась утонченным вкусом, умела создать свой элегантный стиль в одежде и косметике. Но пользовалась она своим даром,

так сказать, исключительно в домашних условиях. Профессия у Алекс была весьма прозаической: она окончила педагогический факультет коллежа и у себя на родине работала учителем английского языка. А еще у девушки было хобби: она с 14 лет с удовольствием занималась тем, что делала стильный макияж подругам, знакомым и родственникам, всегда умудряясь находить оптимальное для каждого конкретного человека цветовое и тоновое сочетание. При этом ее «модели» никогда не выглядели тяжеловесными, вульгарными или грубыми. Напротив, складывалось впечатление, что при всей своей выразительности и яркости эти женщины и девушки используют минимум косметических средств… И все же, когда перед Габани стал вопрос о получении специальности, о работе косметолога или стилиста речь вообще не заходила. Даже сама Алекс, не говоря уже о ее родителях, не воспринимала всерьез собственное хобби: ну какая, в самом деле, это профессия – делать макияж?! В жизни нужно иметь солидную, стабильную специальность, которая может обеспечить спокойное состоятельное существование, даст женщине ощущение независимости и самостоятельности. Поэтому Габани решила стать педагогом (тем более, что у нее с детства отмечали хорошие способности к изучению иностранных языков).

Ветер перемен ворвался в ее жизнь шесть лет назад. Все началось с того, что эта красивая стройная девушка с огромными глазами распрощалась с одиночеством и вышла замуж за любимого человека. Вскоре Алекс уже воспитывала сына и была вполне счастлива. О своем увлечении косметикой она вспоминала крайне редко: у молодой матери хватало забот, так что тушь, кремы и тени отдыхали где-то в ящике стола. И лишь время от времени женщина извлекала на свет Божий свои косметические «сокровища», чтобы придать свежесть лицу и блеск глазам перед походом в гости.

Когда на горизонте замаячила годовщина супружеской жизни, муж Алекс объявил, что они уезжают в Австралию. Что ж, решение, конечно, было несколько неожиданным, но Габани никогда не боялась перемены мест и считалась среди знакомых «легкой на подъем». Так что, собрав чемоданы, она вместе с супругом и маленьким сыном отправилась в Сидней.

Когда хлопоты, связанные с переездом, несколько улеглись, семейство обосновалось в новом доме, вещи были распределены по отведенным местам, а сами супруги несколько свыклись с новой обстановкой, Алекс всерьез задумалась над своим будущим. Сидеть на шее у мужа она не хотела. Идея превращения в довольную жизнью домохозяйку ее никогда особенно не

прельщала. Но и найти работу по своей специальности Габани не могла. Она понимала, что не сможет преподавать английский в англоязычной стране; иностранец, каким бы талантливым и эрудированным он ни был, никогда не сможет тягаться в этой области с носителями языка.

Перед молодой женщиной вплотную стала проблема смены профессии. Вот тогда-то Алекс и вспомнила о своем хобби… А почему бы и нет? Ведь за последнее время она убедилась в востребованности стилистов. Хотя, пожалуй, следует уточнить: хороших стилистов. И Габани решила «тряхнуть стариной»: она извлекла свои косметические принадлежности, приобрела новые средства и начала заново «набивать руку». Естественно, экспериментировала она на самой себе да еще на паре подруг. Затем, ощутив, что вдохновение вновь накатывает на нее при виде помады или румян, Алекс стала искать профессиональные курсы, окончив которые, можно было бы получить диплом профессионала (что поделать, самоучкам пробиться в мире очень тяжело, да и для самой обстоятельной и серьезной молодой женщины официальный документ значил очень много). Вскоре Габани узнала, что при киностудии FOX Australia работают такие курсы, которые считаются, к тому же, очень авторитетными и престижными. Туда даже попасть могут далеко не все желающие! Но Алекс убедила профессионалов, что имеет право создавать стиль макияжа не только для самой себя, но и для других. По окончании курсов она стала профессиональным make up artist'ом.

Трудовые будни представителя этой специальности оказались весьма нелегкими. Особенно утомляла необходимость таскать за собой тяжеленную сумку с огромным количеством косметики и грима. «Засветиться» в качестве стилиста тоже было непросто; с никому не известными мастерами мало кто хотел работать. Габани, правда, в этом смысле повезло: ее муж – профессиональный фотограф, причем довольно знаменитый. Так что он, зная истинные способности своей «половинки» и с пониманием относящийся к стремлению Алекс реализовать себя, стал сам «подкидывать» ей работу в разных областях фотографии.

Теперь новоиспеченный стилист делала макияжи моделям и актрисам, заказывающим профессиональные портфолио, создавала образы для рекламной, коммерческой, fashion и glamour фотографий. А «между делом», так сказать, работала стилистом на свадьбах. Габани с радостью бралась помогать всем тем, кто хочет быть красивой независимо от возраста. И ей это неизменно удавалось. Помолодевшие, похорошевшие, а главное – поверившие в себя клиентки Алекс на собственном опыте убеждались, что «некрасивых женщин не бывает – бывают лишь

плохо накрашенные»…

Постепенно количество клиентов Габани увеличивалось. Многие стали обращаться к стилисту постоянно, по мере необходимости. Особенно привлекает людей удивительная доброжелательность мастера, ее терпение и желание понять, каким же себя ощущает каждый конкретный человек. Алекс никогда не бывает категоричной, никогда и никому не навязывает своего мнения. Если ее понимание образа и мнение клиента слишком уж расходятся, она всегда умеет подобрать компромиссное решение, так что люди, доверившие себя заботливым рукам стилиста, могут быть спокойны: результат превзойдет их самые радужные надежды…

Габани еще очень молода и только начала свое восхождение на вершины капризного, изменчивого и непредсказуемого мира моды. Но у нее впереди большое будущее и мировая слава. Ведь у Алекс, уже сейчас весьма авторитетной среди коллег, есть все для того, чтобы стать признанным мастером экстракласса: врожденный талант художника, чуткость, требовательность к себе и стремление наполнить наш мир радостью…

ГАЛЛИАНО (ГАЛЬЯНО) ДЖОН

Настоящее имя – Хуан Карлос Антонио Галлиано

(род. в 1960 г.)

Самый знаменитый на сегодня британский модельер, работающий в жанре авангарда, звезда мировой величины в мире моды, один из самых влиятельных кутюрье. Он работает на два Дома моды, являясь главным дизайнером и художественным директором Дома Диора и разрабатывая собственную линию в Доме моды Джона Галлиано. Его называют самым креативным модельером современности и возмутителем спокойствия в мире моды. К нему и его творениям можно относиться совершенно по-разному, его можно любить или ненавидеть, но в одном нельзя не согласиться с бытующим мнением: Галлиано – гений, а носить одежду от Галлиано – это круто, амбициозно и куртуазно.

Джон Галлиано (его подлинное имя Хуан Карлос Антонио) родился 28 ноября 1960 года в британском владении Гибралтар в семье англичанина и испанки. Его отец был водопроводчиком, мать – домохозяйкой. Мальчик с детства воспитывался больше в испанских традициях, чем в британских. Ему гораздо ближе был шум восточного базара, чем английская чопорность. Его мать любила одевать сына и двух дочерей в яркие наряды –

традиционные народные костюмы Андалусии и Гранады. Она учила детей танцевать фламенко и наряжала их, по словам Джона Галлиано, «по любому поводу – даже просто дойти до угла». Джон воспитывался в католической семье, часто ходил в церковь и даже пел в церковном хоре.

В 1966 году, когда мальчику было шесть лет, семья переехала в Лондон. В школе маленький Джон начал рисовать. Он рисовал в школьных тетрадях «телефоны и цветы», рисовал постоянно. Учителя к этому относились снисходительно и не наказывали талантливого ребенка. После окончания школы Галлиано поступил в самый престижный колледж моды и дизайна в Англии – Сент-Мартин, где его прозвали «вундеркиндом». В качестве дипломной работы на тему Французской революции он создал восемь нарядов. «Сам покупал ткани, сам их красил, сам сидел за машинкой, – вспоминал Галлиано. – Я обосновался в родительском доме и строчил один жилет за другим». Эта первая его коллекция получила название «Невероятные» (Les Incroyables).

После окончания колледжа в 1984 году Джона уже ждали в Нью-Йорке, где ему было предложено место иллюстратора моды. Но в Америку Галлиано так и не попал. Его жилеты из дипломной коллекции произвели сенсацию и были куплены одним из крупнейших лондонских бутиков Browns. Там их заметила певица Дайяна Росс, которая и приобрела один из жилетов. С этого момента каждая вещь, созданная Галлиано, встречалась лондонской богемой с восторгом и воодушевлением. Начинающий модельер сразу же стал настолько популярным в околомодной среде, что в том же году сумел основать в Лондоне собственную дизайнерскую фирму.

Его первая коллекция, появившаяся на британской Неделе Высокой моды в 1985 году, называлась «Афганистан отвергает западные идеалы». Теперь ежегодно дизайнер представляет одну-две коллекции: «Абсурдные игры» (The Ludic Game, 1985), «Падшие ангелы» (Fallen Angels, весна/лето-1986) и «Забытая невинность» (Forgotten Innocents, осень/зима-1986), «Трамвай “Желание”» (A Streetcar Named Desire, весна/лето-1988). Галлиано возродил крой по косой, созданный Мадлен Вионне. Платья из его коллекций создавались под впечатлением от посещений лондонского Музея Виктории и Альберта, где Джон досконально изучал исторические костюмы XVIII–XIX веков. Его дефиле оценили по достоинству, и в 1987 году модельер получил титул «Британский дизайнер года», потом он будет удостоен этого же звания еще несколько раз – в 1994, 1995 и 1997 годах.

С 1987 года Галлиано, продолжая работать на себя, создает коллекции готовой одежды Дома Баленсиаги. А в 1990 году он в

первый раз едет в Париж по приглашению Синдиката Высокой моды, показав французам «новый блеск».

Все эти годы Галлиано создавал превосходные вещи, которыми теперь восхищались не только в Лондоне. Однако одного восхищения было мало – нужно было на что-то жить, а за работы платили не так много, как ему того хотелось. В 1991 году Джону Галлиано даже пришлось объявить «творческую паузу» из-за недостатка средств. А потом молодой модельер решил перебраться в столицу моды, поближе к «всемирной славе». В 1991 году он покинул Лондон и перебрался в Париж.

Начало оказалось тяжелым. У Джона не было денег, но были друзья, и сам он был молод. Спать ему приходилось на полу в квартире одного из приятелей, который приютил его. Еще один из друзей предложил ему воспользоваться небольшим участком на своей фабрике. Галлиано работает и ищет финансовую поддержку. В марте 1994 года наконец-то наступил прорыв. Галлиано познакомился с Джоном Билтом и Марком Райсом, которые предложили спонсировать следующую коллекцию перспективного дизайнера.

В моде был минимализм и платья из мешковины. И тут кутюрье выпустил на подиум свою новую роскошную коллекцию «Принцесса Лукреция» (Princess Lucretia), вдохновленную 30-ми годами XX века. Она состояла из 17 нарядов – вечерних платьев с кринолинами, и костюмов-пижам. Коллекцию демонстрировали лучшие модели мира, среди которых были Линда Евангелиста, Кейт Мосс и Наоми Кэмпбелл. Само дефиле было оформлено как театральное действо – в заброшенном особняке, среди пыльных люстр и прошлогодней листвы, которую гонял по залу ветер. Показ коллекции произвел фурор. Максимализм победил. Галлиано, «новичок и выскочка», как его называли, в одночасье стал яркой звездой на небосклоне моды.

В 1995 году он принял приглашение от Дома моды Живанши и был назначен его главным модельером и творческим директором. А еще два года спустя последовало приглашение от Дома Диора. В 1997 году Джон стал главным дизайнером коллекций от кутюр и прет-а-порте от Диора. Это было величайшим достижением для Галлиано. Диор в свое время смог перевернуть мир моды, внедрив в мешковатую моду послевоенного Парижа силуэт «грудь-талия-бедра», который получил название The New Look – «Новый образ». Галлиано надеялся стать достойным преемником великого мастера. Он тоже хотел мировой славы. «Месье Диор был богом моды, – считает Джон. – Он тот, о ком мечтаешь в детстве. Я никогда не предполагал, что стану дизайнером у Диора – никогда, даже в

самых безумных мечтах. Иногда мне хочется ущипнуть себя, чтобы убедиться, что это не сон».

Бернар Арно, глава концерна, которому принадлежит Дом моды «Кристиан Диор», не ошибся в своем выборе. Дом моды Диора на тот момент находился на грани творческого кризиса, и свежие идеи Галлиано оказались очень кстати. «Это было очень смело, – считает сам кутюрье, – потому что модели того периода были качественными, но склеротически устаревшими. Нужна была революция, и она произошла». Галлиано изменил стиль Дома моды Диора почти до неузнаваемости, однако суть осталась: «Диор боготворил женскую красоту, поэтому и в сегодняшних моделях мы стараемся подчеркнуть линии груди, талии, бедер».

Свою деятельность дизайнер начал под девизом New Look-2. Он создал новый стиль, заменив «одежду для матрон» на «платья для смелых». «Женщина Диора – это истинная парижанка, чей образ со временем начал тускнеть. Мне захотелось возродить его, дать миру именно то, что он ожидает от Диора, – говорит Галлиано. – Мы пересмотрели конструкции, стали использовать высокотехнологичные материалы, новые красители, но по-прежнему сохраняем потрясающий крой». И по-прежнему женщина Диора – это «женщина, которая наслаждается своей женственностью».

Идеи модельер черпает отовсюду. Джон любит посещать развалы букинистов, чтобы, по его собственным словам, «найти там, среди залежей старых журналов, интересные иллюстрации, эскизы, цитаты и даже легенды». Прочитав заметку о трагической судьбе царской семьи в России, он делает коллекцию платьев для принцессы-беглянки – кружева, кринолины, тафта и шлейфы… Украшения племени масаи натолкнули его на идею создания знаменитых теперь воротников-корсетов. Он мог создать коллекцию в стиле парижских бомжей – из разноцветных лоскутков ткани, похожих на лохмотья. Что характерно, все это покупалось за большие деньги богатыми клиентками. Галлиано не повторяется. В 1998 году появляется коллекция, навеянная атмосферой декаданса, царившего в 1920-х годах в Берлине, а в следующем году – коллекция, созданная по мотивам африканского искусства и культуры народа маори. А после Африки, в 2000 году, – снова пышность и великолепие, платья и короны, усыпанные драгоценными камнями. Не менее поразительной оказалась коллекция 2004 года, созданная в стиле Древнего Египта. А когда Галлиано готовит новую коллекцию, он сам преображается, невольно подстраиваясь под ее атмосферу. «Одежда – это способ самовыражения и часть творческого

процесса, – говорит он. – Я превращался то в торговца автомобилями, то в цыгана или матадора».

Галлиано неподражаем и неповторим. Он может позволить себе странные, на первый взгляд, выходки. Перед показом коллекции муслиновых платьев «Падшие ангелы», навеянной эпохой Директории, он просто окатил манекенщиц, уже готовых выйти на подиум, ведром воды. «Теперь все выглядит как во времена Директории», – объяснил Галлиано. Вспоминая это дефиле, он говорит: «Это было что-то! Просто сказка!»

Показы от Диора теперь становятся настоящим шоу. Для дефиле Галлиано обычно выбирает театр Гранд-опера, но проходить они могут в самых неожиданных местах – в замке, на крыше двигающегося поезда, в ботаническом саду, в Оранжерее Версаля, с залитым водой подиумом, а то и в декорациях будуара. Однако еще более экстравагантно выглядят показы мод от самого Галлиано. Как-то, рассказывая о себе, Джон заметил: «Я немного цыган». И в своих показах, иногда действительно производящих впечатление выхода цыганского табора, он шокирует публику слишком яркими красками и нетрадиционными решениями. Элегантность кутюрье понимает по-своему. На подиуме во время показов его коллекций все утопает в роскоши, а его женщина подобна принцессе из сказки. «Вы знаете, Галлиано – это в значительной степени китч, очень красивый, потрясающий, я бы сказал, китч – ни в коем случае не безвкусица, – говорит Вячеслав Зайцев. – У Галлиано очень много от театра, его одежда по сути театральна». Может быть, именно поэтому в его платьях знаменитости часто появляются на различных фестивалях и шоу, например на церемонии вручения «Оскара», в Каннах и на биеннале в Венеции.

Не всем пришлось по вкусу то, что предлагает кутюрье. «Поль Пуаре в начале века дал женщинам вдохнуть полной грудью, освободив их от корсета, а в конце века Джон Галлиано старается всех нас снова туда втиснуть. Может, он считает, что все женщины такие же субтильные, как его манекенщицы?» – говорили в Париже. Но это не помешало славе Галлиано. Очень скоро он получил всемирное признание. В 1998 году модельер был удостоен международной премии CFDA International Award. А в 2001 году ему из рук Ее Величества королевы Елизаветы за выдающиеся достижения в области дизайна одежды был вручен орден Офицера Британской империи. Но и тут Галлиано остался самим собой – на аудиенцию к королеве в Букингемский дворец он явился в строгом традиционном костюме, однако… без рубашки.

Многие считают Галлиано не модельером, а имиджмейкером.

Он создает образ женщины, а не только одевает ее. «Я никогда не следую моде, – говорит Джон. – Я не думаю о модном цвете или модном силуэте. Меня интересует лишь манипуляция с естественным, природным явлением. Я делаю примерно то же, что делает садовник, подстригая дерево, меняя его природную форму».

Экстравагантный и креативный модельер, звезда мировой моды, Джон Галлиано раздражает многих прославленных кутюрье, которые считают его выскочкой и видят в его деятельности «угрозу национальному дизайну». Однако Галлиано доволен: «Эпатаж – составная часть моего шоу. Если однажды критики замолчат, я начну серьезно сомневаться в своих способностях».

ГЕРЛЕН ЖАН-ПОЛЬ

(род. в 1937 г.)

Последний представитель знаменитого французского рода, владевшего одной из самых популярных в мире парфюмерных «империй», которого часто называют «композитором ароматов». Дом Герлен является владельцем одной из двух марок, создающих ароматы самостоятельно, на своих собственных фабриках, а не заказывающих композиции у специализированных фирм.

История «империи» Герлена началась давно – еще тогда, когда без малого 200 лет назад молодой химик Пьер-Франсуа-Паскаль Герлен перебрался в Лондон и устроился работать на мыловарню. Быстро продвинувшись по службе, он вскоре вернулся на родину – но уже как представитель крупной английской фирмы. Вскоре Герлен открыл в Париже собственную мыловарню, а в 1828 году – небольшой парфюмерный магазин на улице Риволи. Начинание оказалось на удивление успешным; одеколоны Senteur des Champs и Esprit de Fleurs быстро обеспечили предпринимателю известность. Постепенно клиентура Герлена становилась все более знатной. У него заказывали для себя персональные ароматы такие знаменитости, как Оноре де Бальзак и княгиня Меттерних. А когда 29 января 1853 года состоялась свадьба императора Наполеона III и испанской принцессы Марии Евгении, Герлен преподнес новой

императрице специально созданный одеколон Eau de Cologne Imperiale. Мария Евгения пришла в восторг и… благодаря ей слава парфюмера достигла практически всех королевских домов Европы. И дети, и внуки, и правнуки предприимчивого бизнесмена активно подключились к продолжению и развитию семейного дела. Их стараниями за время существования фирмы были созданы 323 аромата.

В 1864 году Пьер-Франсуа-Паскаль ушел из жизни, оставив бурно развивавшийся бизнес своему сыну Эме. Наследник старательно придерживался традиций, заложенных отцом, но при этом искал новые возможности для собственного предприятия. Эме неоднократно создавал новые парфюмерные композиции для фирмы, однако настоящего успеха на данном поприще он достиг лишь в 1889 году, когда придумал аромат Jicky, совершивший настоящую революцию в парфюмерном деле. По сути, данный одеколон стал «первой ласточкой», знаменовавшей выход на арену моды ароматов «унисекс». «Мужской» основой Jicky служил запах свежескошенного сена, а отчетливые оттенки сандалового дерева и майорана явно были рассчитаны на прекрасную половину человечества.

Преемником Эме на посту главы фирмы стал его племянник Жак. Новый хозяин пошел по пути активного внедрения в моду экзотической восточной тематики. Так, с его подачи в 1919 году предприятие выпустило знаменитые духи Mitsouko, в которых были воплощены японские мотивы, а в 1925-м Дом Герлен порадовал любителей парфюма роскошным «индийским» ароматом Shalimar, заслужившим «звания» величайшего аромата XX столетия. Интересно, что основой последнего служил все тот же Jicky. Можно сказать, что с того момента трансформация уже имеющихся ароматов стала одной из фамильных хитростей этого Дома.

Жак долго и весьма плодотворно руководил предприятием своего дяди; он как-то не особенно задумывался над тем, на кого же в будущем оставит фирму. Все решил случай. 9 января 1937 года у главы Дома родился внук, которого назвали Жан-Полем. О том, что мальчику суждено продолжить дело своих предков, никто тогда даже не догадывался; для этой цели старательно готовили старшего внука знаменитого парфюмера, Патрика. Однако судьба распорядилась иначе.

Развитое обоняние младшего представителя рода Герлен проявилось особенно хорошо в 15 лет. Тогда отец решил отправить Жан-Поля на каникулы в Англию к лорду Винделшему – секретарю короля Георга V. Сын высокопоставленного лица, сэр Фредерик Хеннесси (представитель семьи, давшей название

коньячному бизнесу) предложил приезжему принять участие в дегустации коньяка вместе со специалистами. И тогда Жан-Поль, который ранее никогда не пробовал данного напитка, поразил присутствующих. Парень, ориентируясь исключительно на свое обоняние, сумел выбрать самый лучший коньяк урожая 1911 года. Впоследствии, кстати, этот представитель рода Герлен мог распознавать более 3000 (!) различных ароматов!

Жан-Поль с рождения отличался плохим зрением, а по мере взросления начал стремительно его терять. С трудом окончив школу, он просто не смог продолжить свое образование, поскольку ни читать, ни писать глаза ему уже не позволяли. Правда, после нескольких весьма болезненных операций, ради которых Жан-Полю пришлось ездить в Германию, ситуация стабилизировалась. Но особого улучшения зрения парня специалистам так и не удалось добиться. А поскольку более серьезных средств для коррекции зрения в то время просто не существовало, тактичный, но далеко не всегда легкий в общении Жак в 1955 году решительно взял 18-летнего внука под свою опеку. Знаменитый парфюмер всюду таскал за собой Жан-Поля, и тот с удовольствием вслед за дедом нюхал специальные карточки для нанесения духов (блоттеры). Как-то незаметно, исподволь молодой человек научился прекрасно разбираться в ароматах; теперь уже Жак нередко советовался с ним по поводу того или иного компонента новой композиции.

В 1955 году, когда заморозки уничтожили посев бледно-желтого нарцисса – необходимого компонента аромата Vol de nuit, Жак сказал внуку: «Хочешь стать парфюмером? Воссоздай мне бледно-желтый нарцисс». И молодой человек с воодушевлением принялся за дело. Из смеси натуральных и синтетических эфирных масел, натурального нарцисса, листа фиалки, туберозы и жасмина он сумел сотворить настолько убедительный аромат, что недоверчивый дед заставил внука повторить при нем процесс составления формулы. После этого Жак решительно набрал номер телефона родителей Жан-Поля и поздравил их с тем, что парфюмером станет не Патрик, а младший внук. С того дня будущий специалист и продолжатель семейного дела начал серьезное обучение на фабрике.

А в 1955 году, когда дед и его 19-летний внук создали аромат Ode, состарившийся Жак Герлен понял: он сумел воспитать достойного продолжателя семейного дела, в руки которого можно спокойно передавать бразды правления «империей».

Первой самостоятельной работой молодого парфюмера стал выпущенный в 1959 году одеколон Vetiver: в нем впервые, наряду с традиционными составляющими мужских композиций –

запахами табака, кожи и древесного мха, был использован аромат индийского растения ветивера. Французы на ура восприняли новинку. При этом Vetiver охотно приобретали представители различных возрастных групп. Кроме работы на фабрике Жак Герлен нагружал внука стажировками у поставщиков растительного сырья. Кстати, именно в конце стажировки в Венеции Жан-Поль познакомился со своей будущей супругой Мари-Моник, специально для которой в 1962 году создал новый аромат Chant d'Aromes: нежное сочетание весенних цветов, жимолости, гардении, жасмина, иланг-иланга, мандарина и бергамота. Парфюмер сказал, что он, как всегда, старался ароматом «выразить чувства, которые нельзя описать словами»… Кстати, практически все композиции Герлена были навеяны какой-то конкретной женщиной. Так случилось и при создании духов Sansara («Колесо жизни»), которые покорили буквально весь мир благодаря оригинальной композиции и способности оставлять за собой чарующий «шлейф».

Для того чтобы пополнить коллекцию ароматов Дома, Жан-Поль предпринял ряд путешествий по экзотическим странам. Так, из Туниса он привез нероли (цветы апельсинового дерева), в Египте вдохновился жасмином, из Индии «захватил» сандаловое дерево. Несколько позже на Коморских островах руководитель Дома приобрел плантации иланг-иланга – дерева, чьи нежные лепестки дают парфюмерам ценное эфирное масло. Ароматы Жан-Поль сочетал с уверенностью истинного художника; тонкий вкус и необычайное чутье он явно унаследовал от деда и матери.

Особое вдохновение руководитель Дома черпал при общении со своей музой, Катрин Денев. Этой великолепной актрисе Жан-Поль посвятил оригинальные духи Chamade (в фильме с таким названием Денев играла настолько блестяще, что поразила Герлена окончательно). Правда, сама актриса никогда не пользовалась данным ароматом, поскольку, придерживаясь утверждения Герлена о том, что духи являются «единственным, чему женщина должна сохранять верность всю жизнь», продолжала благоухать другим творением мэтра – «Голубым часом»…

Исходя из традиций Дома, его нынешний руководитель придерживается использования исключительно натуральных компонентов в своих композициях и большое значение придает дизайну флаконов. Кроме того, герленовские композиции никогда не бывают вычурными и при этом остаются хорошо узнаваемыми: в них почти всегда используется фирменное сочетание запахов («герлинад»). Название этого сочетания Жан-Поль в 1998 году решил увековечить, выпустив духи Guerlinade;

их глава Дома считает едва ли не самой большой своей удачей.

К сожалению, конец XX века принес немало хлопот «империи» Герлена. Дело в том, что традиционные принципы создания ароматов устарели и начали попросту тормозить развитие компании. Ведь химики научились синтезировать практически любые ароматические вещества, и парфюмеры с удовольствием брали их на вооружение. В моду стали входить так называемые «съедобные» композиции, а также совершенно невероятные идеи (запах пыли, попавшей на электрическую лампочку, запах асфальта). А Жан-Поль Герлен оказался совершенно не готов воспринять новые веяния. В результате в 1994 году 52 % акций его предприятия купила группа LYMH, возглавляемая Бернаром Арно (человеком, который уволил Юбера де Живанши). Этому «коллекционеру предметов роскоши», как именует Арно пресса, принадлежат многие известные марки мира Высокой моды, такие как Givenchy, Christian Lacroix, Kenzo, Loewe, Donna Karan и Marc Jacobs. Правда, Герлен продолжал заниматься своим любимым делом, умудрившись весьма неплохо поладить с новым совладельцем компании. И даже когда в 1996 году Жан-Поль, посчитавший, что новая версия старинных духов «Елисейские Поля» оказалась неудачной, «негерленовской», решил оставить парфюмерную деятельность, именно Арно уговорил разгневанного мэтра не отходить от дел.

С появлением в Доме нового человека многое изменилось в делах «империи». Прежде всего, новшества коснулись ритма работы предприятия. Если раньше каждый новый аромат готовился в течение нескольких лет, то в 1999 году Дом выпустил на рынок девять оригинальных композиций, рассчитанных не на вечность, а на сиюминутный спрос. Новинки предполагалось даже изготавливать на протяжении небольшого, жестко ограниченного срока. Такой подход к делу совсем не понравился Жан-Полю, который привык работать в иной манере. Так что в январе 2002 года 65-летний представитель династии Герлен объявил о том, что покидает Дом своего имени…

…Когда-то молодого Жан-Поля поразили слова его деда: «Мы создаем духи для женщин, которые нас окружают. Увы, я создаю уже только для пожилых дам». Сказано это было незадолго до того, как Жак ушел на покой, оставив свою «империю» внуку. Принимая пост главы Дома, молодой парфюмер решил, что сам отойдет от дел тогда, когда его перестанут интересовать женщины и он окажется в обществе старушек… И тем не менее, слова своего Герлен не сдержал. Он ушел на пике славы, создав на прощание удивительную серию Aqua Allegoria, которой разрешил наиболее болезненный для себя конфликт традиций и

новаций. В великолепную серию признанного мастера вошли такие чистые и естественные композиции, как Rosa magnifica, Ylang&Yanille, Lilia bella, Gentiana. Молодежь по достоинству оценила новинку Дома: два аромата серии, грейпфрутовый Pamplelune и травянистый Herba Fresca сразу же побили все рекорды популярности и массовости продаж.

Уходя, Герлен оставил в компании команду из трех очень талантливых женщин, которых шутя называют Жан-Полетт. Мастер сам подготовил этих специалистов в духе лучших традиций Дома Герлен. Они будут поддерживать фирменное «звучание» ароматов предприятия, покуда не настанет время, когда его вновь возглавит представитель знаменитого рода парфюмеров. Ведь у Жан-Поля подрастают трое внуков! И младший из них, как некогда его дед, в свои семь лет обожает все нюхать…

ГЕРНРАЙХ РУДИ

(род. в 1922 г. – ум. в 1985 г.)

Известный модельер и дизайнер, чьей музой на протяжении ряда лет являлась Пегги Моффитт – самая загадочная модель 60-х годов прошлого века. Волнующий, прогрессивный, не признающий авторитетов, активно использующий новые технологии, он стал в мире моды знаковой фигурой.

Гернрайха современники недаром называли «дизайнером завтрашнего дня»; он любил шокировать публику, собравшуюся на показы его коллекций, платьями из пластика, купальными костюмами топлесс, обнаженными интимными местами и грудью своих моделей. Последних, кстати, Руди неоднократно обривал наголо – во славу моды… Даже после смерти Гернрайха его имя продолжало оставаться синонимом эпатажности и непредсказуемости. И тем не менее, работы этого мастера во многом определили модные тенденции нашего времени.

Родился будущий дизайнер 8 августа 1922 года в австрийском городе Вене. Однако в 16-летнем возрасте (в 1938 году) он простился с родиной и вместе с матерью эмигрировал в Соединенные Штаты Америки. Почти сразу после прибытия на новое место жительства – им стал город Лос-Анджелес – Руди поступил в городской колледж, который окончил в 1942 году. Параллельно с этим молодой человек посещал класс хореографии

в местной художественной школе. К занятиям парень относился на редкость серьезно: в то время он был помешан на идее стать известным танцором! Интересно, что Гернрайху, в общем-то, удалось добиться осуществления своей мечты. Во всяком случае, в 40-х годах он действительно работал танцором. Однако оказалось, что решение всю жизнь крутить различные па было несколько опрометчивым… Молодой человек достаточно быстро охладел к избранному поприщу и в начале 1950-х нашел место костюмера на киностудии MGM. Тем не менее, только в конце 50-х Руди решил окончательно сменить амплуа и заключил контракт с бутиком Jax (ранее, начиная с 1949 года, он время от времени создавал модели для различных текстильных компаний Нью-Йорка). По иронии судьбы, незадолго до Гернрайха в Jax пришла работать и его будущая муза – юная Пегги Моффитт.

Оригинальные и несколько агрессивные вещи, созданные Руди, быстро приобрели популярность. Очень скоро, в 1960 году, новоявленный дизайнер-самоучка смог основать собственную фирму по разработке одежды, мебели и аксессуаров для дома. Дела этого предприятия шли если не блестяще, то, во всяком случае, весьма неплохо. Утвердившись в новом для себя качестве, Гернрайх сразу же пригласил на работу Пегги, которая некогда поразила его своей внешностью. При этом он настоял, чтобы девушка-загадка сотрудничала только с ним.

Первой совместной работой мастера и его музы стала коллекция одежды, созданная по мотивам японского театра кабуки; вслед за этим творческий фрегат дуэта сменил направление, и… публика была поражена коллекцией в стиле Ренессанс и абсолютно невероятным артистизмом таинственной манекенщицы. А ведь еще в начале 1960-х годов практически все модные фотографы и редакторы модных журналов в один голос твердили: Моффитт никогда не сможет стать хорошей моделью, поскольку у нее нет соответствующих внешних данных… «Я с ними не спорила, я видела в этой работе другие перспективы, а именно, возможность создавать новое концептуальное искусство», – пожимала плечами Пегги. Свою карьеру она начала в недавно открывшемся, но уже очень модном агентстве Нины Бланшард. Особых перспектив у Моффитт, правда, не было, и она, возможно, через пару лет сменила бы работу, если бы не Руди… Видимо, Гернрайх и тут опережал свое время на добрый десяток лет, разглядев в девушке то Нечто, которое с течением времени стало мечтой молодежи мира и определяющим качеством высококлассных моделей.

Облаченная в изделия Руди Моффитт произвела на подиуме настоящий фурор, и в 1967 году ее фотографии уже украшали

обложку даже столь солидного издания, как журнал Time. Последнее было тем более почетно, что Пегги являлась уроженкой Лос-Анджелеса, тогда как наивысшим шиком в 60-е годы считалось наличие у модели британских корней. Посему на подиумах царили представительницы туманного Альбиона, такие как Джин Шримптон и знаменитая Твигги. Сколько лет было Моффитт, когда она достигла пика своей славы? Кто знает! Манекенщица тщательно скрывала свой возраст; тем не менее, можно утверждать, что она была старше своих главных «соперниц» как минимум на 10 лет. И хотя «находке» Гернрайха доставалось несколько меньше побед и «титулов», она, тем не менее, имела огромное влияние на мир моды в целом. Другие манекенщицы признавали, что без Пегги они, пожалуй, могли бы и не состояться, поскольку именно Моффитт первой продемонстрировала, что для подиума мало иметь красивое лицо и привлекательную фигуру; хорошая модель обязана обладать также ярко выраженной индивидуальностью, от нее должно исходить ощущение уверенности и внутренней гармонии.

Особую популярность Пегги приобрела после выхода на экраны фильма Руди Гернрайха «Basic Black». И если модельер был обязан своей музе особым вдохновением и необычайным взлетом, то она, в свою очередь, должна была благодарить Руди за состоявшуюся карьеру, громкую известность и… счастливую личную жизнь. Дело в том, что именно на съемках фильма Моффитт познакомилась со своим будущим мужем – Уильямом Клакстоном.

Загадочная манекенщица и скандальные модели – смесь поистине гремучая. Такой «дуэт» способен растормошить любую публику – чего, собственно, и добивался Гернрайх. Его одежда и правда чаще всего оказывалась столь откровенной, что несколько раз женщины, отважившиеся выйти в ней из дому, через несколько минут оказывались в полицейском участке. Бдительные полисмены спешили поскорее изолировать дамочек, разгуливающих по городу в «оскорбляющем общественный вкус» виде…

О работах Гернрайха в середине 1960-х авторитетные журналы писали: «Его одежда висит на моделях, как на вешалках в шкафу, но создает волнующий и привлекательный образ». Вряд ли такое было бы возможным без Пегги Моффитт: эта манекенщица отличалась великолепным телом и абсолютным отсутствием чувства стыдливости. Так, в 1964 году она с поистине олимпийским спокойствием демонстрировала потерявшей дар речи публике первый купальный костюм топлесс, или монокини (бикини, освобожденное от верхней части).

Сегодня этим нельзя удивить даже самого отпетого ханжу, но в середине XX века… В общем, немногие из манекенщиц рискнули бы повторить «подвиг» Моффитт. Да и коллегам Гернрайха такие новшества и в страшном сне не снились! Кто бы в то время взял на себя смелость утверждать, что спустя несколько десятков лет едва ли не пол-Европы будет щеголять на пляжах в столь «непристойном» виде?!

В 1965 году Руди начал сотрудничать со стилистом Видал Сассуном. Результатом такого партнерства стала модель нижнего белья no-bra bra. Сделанная из прозрачного материала по оригинальной технологии, она оказала огромное влияние на моду того времени, определив, по сути, внешний вид изделий многих современных линий.

Следующей приметной моделью, созданной скандальным дизайнером, стало продемонстрированное в 1966 году первое «платье», пошитое из черного винила. Фактически, Пегги Моффитт вышла на подиум, прикрытая мозаикой черных треугольников. Впечатление, которое данная модель произвела на зрителей, преувеличить сложно. Невозмутимой манекенщице удалось создать совершенно потрясающий образ (благо, она обладала особым даром перевоплощения, который помогал ей с одинаковой легкостью играть как женщину-вамп, так и Снежную Королеву, древнюю гейшу или обитательницу неведомой галактики).

На счету Гернрайха – и первая одежда в стиле «унисекс». В частности, он намного раньше своих коллег предложил дамам надеть… мужское белье. Кроме того, по мнению Гернрайха, унисекс отрицает любую растительность на теле. А раз так – модели авангардного дизайнера распрощались даже с собственными тщательно лелеемыми шевелюрами, поразив зрителя «элегантными» лысинами. Вслед за этим Руди изобрел ставшее столь популярным платье-трубу, первые дизайнерские джинсы, мягкий бюстгальтер (в 50-х годах женщины носили только жесткое белье). А в середине 1970-х модельер порадовал любителей загара первым купальным костюмом с трусиками «танга».

Отдал Руди также дань истории: на его счету имеются интереснейшие коллекции, в которых использованы шкуры, перья и рисунки, повторяющие естественную расцветку животных. Ведь с того момента, как египтянки сообразили нанести «леопардовый» узор на платья из небеленого холста, вкусы людей, в общем-то, не слишком изменились…

Новые коллекции дизайнера являлись, по мнению журналистов, «дикой смесью направлений и стилей», пестрели

невероятными сочетаниями горошка, полосок, клетки и контрастирующих, «кричащих» цветов. И тем не менее, все это «безобразие» находило отклик в сердцах публики. Все чаще новшества Гернрайха пополняли гардеробы модников и модниц, открывших для себя новый, эпатажный стиль.

Руди Гернрайх ушел из жизни довольно рано, немного не дожив до своего 63 дня рождения. Это произошло 20 апреля 1985 года в Лос-Анджелесе. Практически до последних дней этот невероятный дизайнер продолжал играть для публики роль своеобразного «электрошока», с видимым удовольствием ломая устоявшиеся представления о моде и стильности, позволяя своим поклонникам заглянуть в будущее…

ГЕРЦИГОВА ЕВА

(род. в 1973 г.)

Единственная уроженка бывшего социалистического лагеря, которая смогла подняться на самую вершину модельного бизнеса, и, пожалуй, единственная из звезд подиума, обладающая очень пышным бюстом, что всегда делало ее особо привлекательной для рекламы дамского белья. Ее называли «Мэрилин Монро 90-х годов». Очень работоспособная, не капризная, с прекрасными артистическими данными, эта девушка стала любимицей фотографов и режиссеров. Очень успешно дебютировала в кино в картине Жан-Мари Пуаре «Между ангелом и бесом» с Жераром Депардье в главной роли. И что небезынтересно – Герцигова ни разу не дала прессе повода раздуть скандал.

Ева Герцигова родилась в тогда еще социалистической Чехословакии. Ее родители были родом из небольшого шахтерского городка Литвинов (теперь – Чехия). Называя дочь именем первой женщины земли, они вряд ли полагали, какая удивительная ждет ее судьба. В их краях это было самое обычное имя. Жизнь Евы складывалась, как и у большинства девчонок вокруг. Она росла, играла в куклы, ходила в школу. Склад ума у нее, как ни странно, был техническим. Гуманитарные науки очень плохо давались Еве. Им она предпочитала занятия спортом. Но училась очень хорошо. В общем – все, как у всех. И вот в 16 лет

родители отпустили ее на каникулы в Прагу. Столица Чехии – один из самых красивейших городов Европы. Здесь кинематографисты всего мира сняли не один фильм. Неизвестно, чувствовала ли Ева, что и ее там ждут чудеса. Как бы то ни было, на одной из пражских улочек Герцигова случайно встретила свою подругу. Она-то и поведала, что примчалась в столицу на, как сейчас бы сказали, кастинг. Оказалось, что приехали специалисты из самой Франции отбирать девушек в модели. Одна, по молодости лет, делать какой-либо решительный шаг подруга побоялась, а кроме того, вместе было веселее. Хотя Ева и упиралась, подружке все же удалось уговорить ее пойти вместе с ней на конкурс. Неизвестно, как сложилась судьба другой девушки, но Герцигова победила и уехала в столицу моды – Париж, где ее ждала слава. Шел 1989 год.

Больше всего Еву прославил рекламный ролик компании Wonderbra. Ее бюст 36B произвел сенсацию. После знаменитого: «Привет, мальчики!» продажа бюстгальтеров фирмы возросла до 20 000 (!) пар в неделю. После этого стало хорошим тоном иметь в своем гардеробе продукцию Wonderbra. Вскоре Еву стали называть «Мэрилин Монро 90-х годов». Однако по окончании контракта модель сообщила о своем решении больше не демонстрировать грудь. По ее мнению, никакие гонорары не стоили того, чтобы ее воспринимали исключительно как ходячий бюст. «Я знаю, что получила известность, как девушка Wonderbra, но я больше не девушка Wonderbra, я иду дальше. Но люди ждут, что я так и останусь такой, какой я была в 19 лет», – признавалась Герцигова.

Все вышесказанное вовсе не означает, что Ева вовсе отказывается обнажаться. Она прекрасно понимает, что в том бизнесе, с которым она связала свою жизнь, есть свои требования. Одно дело эксплуатировать исключительно пышный бюст, другое – сняться в чем-то высокохудожественном. Если это по-настоящему интересно и красиво, то она готова. Правда, чешская звезда признается, что вообще всегда испытывает чувство неловкости, когда ее фотографии рассматривают родные и близкие люди. Причем, как ни странно, неважно, одета она там или нет. Хорошо, что, как правило, Еве не приходится стыдиться своих снимков. Самые известные и титулованные фотографы мира с большим удовольствием сотрудничают с этой моделью. Паоло Роверси, Питер Линдсберг и другие знаменитости не раз запечатлевали ее.

Девушку с параметрами, как у Евы Герциговой (90–62–92 при росте 1 м 80 см), трудно не заметить, особенно с учетом красивого лица. Так же, как в свое время рекламисты, на нее

обратили внимание деятели киноиндустрии. «Ну да, бюст у меня есть, фигура, локоны… Но это же от природы есть. Я ведь никаких операций не делала, чтобы стать похожей, я из себя Мэрилин не лепила», – говорит Ева. Тем не менее, какой режиссер откажется снять в своем фильме красотку, особенно когда она эффектная блондинка? К сожалению, большинство моделей оказываются на экране несостоятельными – на одной внешности интересную картину не сделаешь. Здесь же совсем другой случай. Как признался французский режиссер Пуаре: «У Герциговой замечательная способность к перевоплощению!» Он сам был так очарован талантами супермодели, что пригласил ее в партнерши к самому Депардье (на роль его супруги). Правда, потом передумал во имя достоверности, ведь красота и способности это, конечно, здорово, но надо и по возрасту соответствовать. В результате чешке досталась роль второго плана – существа Чук-Чук-Нуга, с которой она, тем не менее, блестяще справилась. Все остались очень довольны.

Ева утверждает, что абсолютно не следит за своей фигурой. «Я даже не делаю сейчас никаких особенных упражнений. Да у меня просто и времени на это нет», – признается она. Девушка любит не только вкусно поесть, но и сама приготовить. Бывает, что гости получают возможность попробовать вкуснейшие блюда национальной чешской кухни. Для их приготовления хозяйка пользуется либо рецептами своих родителей, либо какой-нибудь из книг по кулинарии, которые она коллекционирует. Когда же приходит очередь побаловать себя, Ева предпочитает шоколад, шампанское или вишневый ликер.

Но если модель не обращает внимания на собственные формы, то это вовсе не означает, что так же поступают и другие. Как известно, вездесущим журналистам до всего есть дело. Когда недавно Ева появилась на подиуме во время Миланской Недели моды с демонстрацией одежды от Дольче и Габбана, все тут же принялись обсуждать не ее работу, а внешний вид. Дело в том, что в последнее время девушка очень сильно похудела, что, впрочем, отрицает руководитель ее агентства Storm model Сара Дукас. Один из модных экспертов – Лори Тернер – тут же усомнился в ее заявлении. Он высказал предположение, что Еву могли просто заставить похудеть, поскольку большинство модельеров предпочитает демонстрировать свою одежду на девушках с «мальчишескими» фигурками. Многие агентства готовы пойти на что угодно ради получения прибыльной работы. «Ясно, что Еве просто необходимо хотя бы на время оставить модельный бизнес. Она выглядит несчастной. К тому же, что совсем уже невозможно для представительницы модной

индустрии, она старается одеться так, чтобы выглядеть… толще, чем она есть на самом деле. Судите сами: она надела разноцветный топ и объемную юбку с поперечными полосами. Но все равно ее тело смотрится ужасающе худым. Ее лицо изможденно, щеки ввалились», – говорит Тернер.

Репортеры же, как обычно, причиной всех изменений, произошедших с Евой, считают несчастную любовь. Лишь однажды у них появилась возможность поговорить о серьезном романе Герциговой, и они ее не упустили. Избранником девушки стал ударник известной группы «Бон Джови» – Тико Торрес. У двух молодых красивых романтически настроенных людей все складывалось как нельзя лучше. Тико катал Еву на своем самолете, названном в ее честь «Беби» («Крошка»). Потом они вместе посетили его дом в Нью-Джерси, где он показал ей свои живописные работы. А еще он научил девушку лепить из глины на настоящем гончарном круге. Дело дошло даже до вручения обручального кольца. Однако свадьба так и не состоялась. Пара рассталась без слез и скандалов. Просто молодые люди заявили в прессе, что предпочитают расстаться, несмотря на то что все еще любят друг друга. Сказали, что лучше останутся хорошими друзьями, чем будут ограничивать свободу друг друга, ведь они совершенно разные люди, и у них слишком несовпадающие графики работ. Журналисты утверждают, что этот роман, который был так похож на настоящий брак и длился почти два года, стоил Еве семи килограммов веса.

Как бы то ни было, знаменитой модели еще очень рано отчаиваться. Тем более, если верить рекламному ролику автомобиля Lancia, она является «настоящим мужчиной». Для того чтобы сесть за руль этой мечты сильной половины человечества, ей приходиться одеваться в брюки, рубашку, галстук и даже бриться. Что же касается личной жизни, то надо полагать, что такая девушка просто не может не найти свое счастье. Стоит ей захотеть – и самые знаменитые мужчины будут у ее ног. Ей уже пытались составить пару и горячий испанец Энрике Иглесиас, и глава звукозаписывающей компании Гай Озеари.

Пока же Ева Герцигова продолжает радоваться жизни. Тем более что во вкусе и практичности ей не откажешь, поскольку живет она в Монако. Это маленькое княжество удивительно красиво. За исключением его вечно шумной игорной столицы оно тихое и умиротворяющее. Ева говорит, что местные горы с маленькими деревушками напоминают ей родные края. Она часто любит прогуливаться по ним с фотоаппаратом, смотреть на старинные деревенские церквушки, вдыхать чистый альпийский

воздух.

Будем надеяться, что мы с вами еще услышим о девушке, способной в мыслях уноситься в другой мир.

ГОЛИЦЫНА ИРЭН (ИРИНА БОРИСОВНА)

(род. в 1918 г.)

Княгиня мировой моды. Знаменитый итальянский модельер, владелица Дома моды Galitzine. Потомок русских эмигрантов, представительница древнего российского аристократического рода Голицыных. В Италии ее считают самой элитной среди своих кутюрье и называют «причепесса» – «принцесса». Ее имя прочно вошло в историю мировой моды XX столетия наряду с такими мэтрами, как Ив Сен-Лоран и Джанни Версаче, Джон Галлиано и Карл Лагерфельд.

Ирина Борисовна Голицына родилась в Тифлисе в 1918 году. В стране шла Гражданская война, которая и определила дальнейшую судьбу девочки. Ее отец, Борис Львович Голицын, был кадровым офицером царской армии. Революцию 1917 года он не принял и с приходом к власти большевиков оказался в противоположном лагере. С началом Гражданской войны он ушел на фронт, где служил в Белой армии под командованием Врангеля. Мать девочки, Нина Лазарева, в 1920 году была вынуждена бежать в Италию вместе с дочерью, которой не исполнилось еще и двух лет. Эмигрировать им помог старый друг семьи, итальянский посол в России. Борис Львович в это время

сражался в Крыму, а потом надолго пропал. Через несколько лет с помощью итальянского консульства его нашли, но, пожив немного с семьей, он покинул Италию, перебрался в Париж, где вскоре снова женился.

Голицыным удалось устроиться в Риме. Жили они, можно сказать, безбедно, на вывезенные драгоценности матери. Ира, теперь Ирэн, воспитывалась в патриотическом духе, в любви к Родине – России. Маленькая княгиня росла в среде русских эмигрантов аристократического происхождения. Частыми гостями дома Голицыных были Анна Павлова, князь Юсупов, граф Павлович, Татьяна Сухотина – дочь Льва Толстого. Последняя даже взяла на себя преподавание девочке русского языка по учебнику грамматики начала века. Даже сейчас, спустя 80 лет, княгиня Ирэн Голицына прекрасно говорит по-русски. В общем, несмотря на то что Нина Лазарева осталась без поддержки мужа, она сумела дать дочери прекрасное образование. Ирэн в совершенстве владеет не только русским языком, она блестяще знает английский, итальянский и французский. После окончания школы девушка поступила на факультет политических наук Римского университета. Княгиня Голицына решила стать дипломатом. «Моей самой большой мечтой было путешествовать, узнать мир и людей», – вспоминает она. В университете Ирина продолжает заниматься языками, в то же время увлекаясь искусством.

После окончания обучения девушка, желая быть независимой материально, пошла работать. Сначала Ирина устроилась переводить новые фильмы с английского языка на итальянский. Именно тогда она познакомилась с миром кино и с самыми знаменитыми итальянскими актерами, ставшими всего через несколько лет ее первыми клиентами.

Голицына продолжала мечтать о дипломатической карьере, но все сложилось по-другому, так, как никто не ожидал. Однажды 18-летняя Ирэн, будучи еще студенткой университета, получила приглашение на бал. Не имея достаточно средств для покупки наряда, но не желая ударить в грязь лицом, девушка рискнула пойти в платье, сшитом собственными руками. Получилось неплохо, и Голицына увлеклась этим занятием. «Я записалась на курсы живописи и рисунка и предавалась мечтаниям над страницами журнала “Вог”», – писала она в своих воспоминаниях. Со временем Ирэн занялась моделированием фасонов, начала комбинировать ткани и аксессуары, уже даже работая над образом. Еще немного – и она сама, и ее окружение поняли, что именно в этом – ее настоящее призвание. А «дворянское происхождение, врожденный вкус, прекрасное образование, круг

общения – все это привило молодой княгине любовь к изяществу и элегантности».

В начале 1940-х годов Ирэн, которой было всего лишь чуть-чуть за двадцать, устроилась работать швеей-мотористкой в небольшое ателье на виа Эмилиа, которым заправляли сестры Фонтана (Sorelle Fontana). Сегодня имя Фонтана известно во всем мире, но тогда сестер Джованну, Миколь и Дзоэ мало кто знал даже в родной Италии. Они только-только начинали свой бизнес, а юная аристократка во всем помогала им. Перейдя на должность модельера, Ирина Голицына начала сама создавать элегантные и оригинальные модели. Модный дом Фонтана делал решительные шаги, постепенно завоевывая итальянскую столицу. Уже через пару лет у Фонтана стала одеваться элита – артистическая богема и светское общество.

А когда их известность перешагнула границы Италии, к ним стали обращаться многие звезды Голливуда и другие знаменитости. Среди клиентов Дома были Одри Хепберн, Жаклин Кеннеди, Элизабет Тейлор и Ава Гарднер.

Иногда Ирина выезжала вместе с Фонтана по делам Дома за границу. Во время одной из таких поездок в Париже Голицына познакомилась с Кристианом Диором и Кристобалем Баленсиагой, и это знакомство подтолкнуло ее к решительному шагу – созданию собственного дела. Так, проработав три года у сестер Фонтана, Ирэн отправляется в самостоятельный путь.

Уйдя из уже прославленного Дома моделей, Голицына открыла собственное маленькое ателье. Постепенно оно становится одним из самых популярных не только в Риме и даже не только в Италии. Вскоре ателье разрослось, превратившись в довольно разветвленную сеть. Но первая полноценная коллекция молодого модельера – «Альта мода» – появилась только в 1959 году. Характеризуя коллекцию, сама Ирина Борисовна говорила, что в ней был воплощен приветливый и шутливый характер темпераментных итальянцев. «Альта мода» получила высокую оценку в мире моды и принесла Ирине американскую премию и звание «Модельер года». The New York Times писала об этом дебюте: «Родилась новая звезда».

Но это было только начало. Коллекция 1963 года, демонстрация которой состоялась во Флоренции в палаццо Питти, принесла Голицыной настоящую славу. Зал, где проходил показ, был переполнен – люди сидели даже на ручках кресел, – но все же не смог вместить всех желающих. На этом показе впервые появились ее знаменитые «пижамы-палаццо», или «одежда для телевидения». Это название, которое предложила хозяйка модного журнала «Вог» Диана Вриланд, получил костюм, который

состоял из шелковой блузки без рукавов и довольно узких брюк. Вообще-то это был домашний костюм Ирины Борисовны, чрезвычайно удобный в носке, но революционный по своей идее. Друзья уговорили модельера представить костюм в коллекции, и модель произвела переворот в мире моды. До Голицыной брюки крайне редко встречались в гардеробе женщины, и только она предложила одежду не только красивую, но и удобную. А украшенные жемчугом и драгоценными камнями, расшитые золотом и серебром пижамы-палаццо были верхом совершенства.

Пижамы-палаццо сразу же пришлись по душе прекрасной половине человечества, пополнив ряды знаменитых клиенток модельера. У Голицыной стали одеваться Лиз Тейлор, Жаклин Кеннеди, Софи Лорен, Клаудиа Кардинале, Мария Каллас, Моника Витти, Грета Гарбо, Майя Плисецкая… Со многими из них отношения перерастали из деловых в дружеские. Среди ее близких друзей были Онассис, семья Форд и Кеннеди. А сама она была женой Медичи.

Основной чертой всех коллекций княгини Голицыной является, по определению критиков, «классическая элегантность, сохранившийся навсегда дух аристократизма». Ее любимые цвета – винные: бордо и его оттенки. В ее моделях, представляющих особый стиль в моде, «русское» тесно переплетено с итальянскими и кавказскими мотивами. И при этом, создавая одежду, Голицына стремится к удобству и практичности. Поэтому, начав с от кутюр, модельер постепенно обратилась к прет-а-порте. «Мне всегда нравились нововведения. Свои дефиле я открывала показом купальных костюмов, добавляя к ним странного вида халаты и головные уборы. Я никогда не завершала дефиле показом подвенечного платья, тем более что это был напрасный труд: ни одна женщина не захочет венчаться в платье, которое было публично показано», – говорит княгиня.

Ирэн Голицына покинула Россию совсем ребенком и прожила всю сознательную жизнь в Италии. Однако она считает себя русской на 500 процентов. Почему же она, испытывая сильную духовную связь с Родиной, долгие годы откладывала встречу с ней? На этот вопрос у нее есть простой ответ: «Я не желала возвращаться туда [в Россию] обычной туристкой и не представляла себя в какой-нибудь гостинице, приехавшей с одной из иностранных групп. Я ожидала, что русские направят мне официальное приглашение не как частному лицу, а в признание моих заслуг, которых удалось достичь за многие годы». Только в 1988 году она побывала с показом мод в Москве. Потом постепенно ее связи с российским миром моды начали налаживаться и укрепляться, и в 1991 году она получила

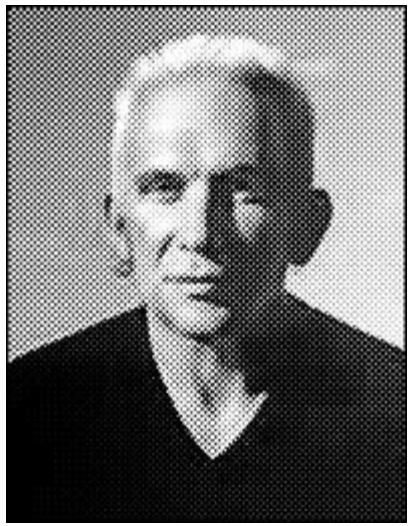
приглашение для участия в телемарафоне в Петербурге, организованном ЮНЕСКО. В следующем году Голицына посетила столицу, побывала на открытии выставки итальянского дизайна и прочитала лекцию о моде в Московском государственном университете. А еще несколько лет спустя, в 1996 году, осуществилась другая мечта знаменитого итальянского кутюрье: на Пушкинской площади в Москве открылся бутик от Дома моды Galitzine.

Будучи в Москве, Ирэн заинтересовалась творчеством молодого российского модельера Игоря Чапурина, и в 1997 году она пригласила его работать к себе. Первая коллекция прет-а-порте, созданная Игорем для Дома моды Голицыной в 1997–1998 годах, принесла ему высшую награду Ассоциации Высокой моды – «Золотой манекен». Коллекция, названная им «Севастополь, ноябрь двадцатого», была посвящена Ирине Борисовне и всем русским эмигрантам первой волны.

Но самым главным событием, связавшим Голицыну с Россией сегодняшней, стало издание в Москве книги воспоминаний «Из России в Россию», каждая страница которой проникнута ностальгией по Родине. В 2001 году княгиня еще раз приехала в столицу, где приняла участие в презентации книги. И перед началом мероприятия Ирина Голицына, русская аристократка, которую весь мир считает итальянским кутюрье, заявила: «За всю жизнь я провела в России лишь два первых года свой жизни, но приехав сюда, я почувствовала, что наконец-то нашла свой дом».

ГОТЬЕ ЖАН-ПОЛЬ

(род. в 1952 г.)



Ужасный ребенок Высокой моды. Именно он одел Мадонну в ее знаменитый бюстгальтер с чашками в форме конусов. Это его изощренный ум придумал костюмы для фильмов таких культовых, как это принято сейчас говорить, режиссеров, как Питер Гринуэй и Педро Альмадовар. Именно ему обязана, впрочем, как и остальные герои картины, своим несложным, но впечатляющим нарядом Ли-Лу – знаменитый «пятый элемент» Люка Бессона. Его неизменный образ – простая матросская тельняшка в черно-белую полоску в ансамбле с шотландским килтом – стал своего рода торговой маркой, залогом настоящей французской изысканности и утонченности. Этого человека невозможно перепутать ни с кем другим, и дело вовсе не в серебристом ежике волос, на протяжении многих лет венчающим его голову, а в абсолютно неповторимом стиле, присущем только ему – Жан-Полю Готье.

Сейчас это имя известно миллионам, оно стало синонимом самобытности, фантазии, даже своеобразного коммерческого успеха. При этом сам мастер – человек весьма скромный. Кто-то, правда, мог бы сказать, что его вид эпатажен, поскольку ни тельняшку, ни традиционную шотландскую юбку никак не назовешь обычной, повседневной одеждой. Однако это скорее дань однажды принятой форме. Весь полет творческой фантазии

Готье направлен не на себя, а как бы вовне. Он создан, чтобы делать жизнь окружающих сказкой или превращать в сказку окружающую его жизнь. При всей своей, если можно так выразиться, французскости, что особенно ярко подчеркивает его двойное имя, Жан-Поль Готье чем-то неуловимо напоминает гениального испанца Антонио Гауди. Они оба, каждый в своей области, как бы перешагивают через стили, создавая свое нечто, совершенно невообразимое и настолько исключительное, что этому даже подражать невозможно.

Жан-Поль Готье родился 24 апреля 1952 года в семье бухгалтера в Аркуэле – небольшом южном парижском пригороде. Скорее всего, всем нам очень повезло, что в детстве этого тогда обыкновенного французского мальчишку окружали в основном одни женщины. Так уж сложилось, что с малых лет Жан-Поль проводил большую часть времени в обществе матери, тетки и, конечно же, бабушки. Именно она стала для будущего гениального кутюрье проводником в мир женских тайн и загадок. Бабушка была удивительным человеком, способным найти ответы на вопросы, скрытые от понимания простых людей. Она умело использовала как вполне современные научные знания (например, будучи медицинской сестрой, прекрасно разбиралась в косметике), так и искусство гадания на картах и даже гипноз. Неудивительно, что женщины так и тянулись к ней, поставляя своими посещениями материал для размышлений маленькому Жан-Полю. Позже он вспоминал, что бабушка, раскладывая карты, всегда говорила: «Я вижу, тебя ждет удача, все, что ты захочешь, сбудется».

В отличие от остальных мальчишек своего возраста, будущий король парижских подиумов не гонял в футбол, не хулиганил и не дрался во дворах. Он посвящал все свое свободное время маленькому плюшевому медвежонку по имени Нан. Это был не столько товарищ по играм, сколько первая модель будущего гениального мастера. Именно для своего маленького друга Готье разработал первые наряды и даже придумал разнообразный макияж.

В школе Жан появлялся не так уж часто, да и тогда, как правило, оставался погруженным в свои мечты и фантазии. Тем не менее, именно там ему указали путь, который в конце концов привел его к славе. Вот как об этом вспоминает сам мастер: «Я рисовал на уроке, пока учитель не заметил, что я не очень-то обращаю на него внимание. Он вызвал меня к доске, приколол булавками мои рисунки к одежде и заставил стоять там, как будто я рекламный стенд. Как вы думаете, мне стало стыдно? Нет, потому что одноклассникам понравились мои рисунки.

Серьезно, я именно тогда понял, что это – мое призвание».

Родители не стали препятствовать Готье в его стремлении идти по избранному пути. Наоборот, видимо, желая порадовать сына, мать в день его восемнадцатилетия отвела его в Дом моды Пьера Кардена устраиваться на работу. И представьте себе, его взяли. «Карден предложил мне 500 франков в месяц. Конечно, я согласился. Я многому научился. Мне поручили дизайн домашней утвари, я делал тарелки. Карден учил меня черпать вдохновение из всего, что нас окружает».

Готье оказался достойным учеником великого мастера, которого покинул спустя год, перейдя на работу в Дом моды Жана Пату. Однако в 1974 году он вновь вернулся к Кардену, только теперь уже как разработчик коллекции для США. Он создавал ее на Филиппинах, так же руководя там производственными операциями. Причем в Маниле работу Готье оценили очень высоко. От клиентов не было отбоя. Возможно, именно оттуда и начался бы его триумф, но смерть горячо любимой бабушки призвала Жан-Поля назад в Париж.

Примерно в это же время происходит встреча, повлиявшая не только на дальнейшее творчество, но и всю последующую жизнь Готье. Именно знакомство с Фрэнсисом Менужем сделала его таким, каким его привыкли видеть на протяжении последних десятилетий. Это была не просто дружба, а скорее сама судьба. Уже давно не для кого ни секрет, что большинство мужчин – творцов Высокой моды являются представителями нетрадиционной сексуальной ориентации. Как правило, подобные романы несут на себе печать скандала, охотно раздуваемого прессой. Но из всякого правила, как известно, всегда бывают исключения. Это был именно такой случай. Связь Готье с Менужем стала для обоих исключительно продуктивной в личном, духовном, творческом и даже материальном плане. У Фрэнсиса оказался исключительный административный талант. В 1976 году он не только вдохновил, но и помог своему партнеру организовать его первую коллекцию.

Дебют молодого дизайнера не остался незамеченным. Пресса постаралась на славу. Только не подумайте, что все сразу узнали восходящую звезду будущего гения, – его, наоборот, высмеивали. Дело в том (это опять же роднит его с Гауди), что Готье и по сей день в своем творчестве постоянно экспериментирует с самыми разнообразными материалами. Так вот для начала им были выбраны плетеные коврики, некоторые платья были сшиты из столовых салфеток. Это сейчас никого не удивишь кожаными штанами, а тогда брюки из дерматина разили наповал. Публика была потрясена.

«Не бывает благородных и неблагородных материалов, красиво то, что красиво выглядит» – это стало своеобразным девизом мастера. На протяжении своей жизни он не устает удивлять оригинальностью. Различные аксессуары к своим нарядам Готье легко может изготовить из фарфора, ракушечника или даже просто из костей рыб. Сами шедевры вполне могут быть расшиты всем чем угодно, начиная от зерен кофе и заканчивая сушеными фруктами и овощами. А недавно в Художественном фонде современного искусства Картье он представил коллекцию, изготовленную из… хлеба. В этом совершенно вроде бы не портновском материале мастер запечатлел все свои наиболее известные работы. Но что самое поразительное, все модели этого французского хулигана удивительно красивы, даже если дамское платье и сделано из натуральной пробки. Он может запросто перевернуть все обыденные представления об одежде, в частности о том, какие вещи следует считать мужскими, а какие – женскими. На показах Готье можно запросто увидеть юношу в чулках, одетого в шелковый наряд, и девушку, затянутую в кожу. Его называют шутом, ненормальным, но во всем мире упорно продолжают носить созданные им вещи. Причем даже в весьма пуританских и чопорных странах. Потому что настоящий Мастер – он мастер во всем. Все, даже самые эпатажные модели Готье не только красивы и оригинальны, но и весьма практичны и удобны. Ими можно не только любоваться как произведениями искусства, но и с удовольствием носить.

Однако обо всем по порядку. Столь ошеломляющее начало, кроме прочно закрепившегося за Готье прозвища «ужасный ребенок», мало что ему принесло. Успех пришел далеко не сразу. Только когда в 1978 году японская компания «Кашияма» предложила ему сотрудничество, материальное положение Жан-Пьера улучшилось до уровня, позволившего создать собственный Дом моды. Наконец была получена возможность творить, не только ни на кого не оглядываясь, но и не сильно задумываясь о материальной стороне дела. Вот когда уж он, настоящее дитя своего времени (ужасное или нет – не нам судить), развернулся во всю ширь. Именно умение отражать в своих, казалось бы, далеких от политики и социологии творениях настроения окружающей действительности было особо отмечено окружающими. Мода от Готье, как ни странно, способна отражать нравственное. От подобного восприятия своих работ не открещивается и сам знаменитый кутюрье. «Я не художник, а лишь свидетель своей эпохи. Я впитываю образы как губка, а потом отдаю их обратно», – утверждает он.

Талантливый человек талантлив во всем. Приведя кого в

транс, кого в восхищение, Готье решил не ограничивать свою деятельность исключительно нитками и ножницами и попробовал себя в роли ведущего культовой английской передачи «Евротрэш». Оказалось, что он также мастерски умеет очаровывать публику с экранов телевизора. Именно тогда многие его противники превратились в сторонников. К наступлению рокового 1990 года Жан-Поль Готье сумел удивительно многого достичь. Он представил на суд зрителей пять совершенно разноплановых и удивительных коллекций с яркими, говорящими за себя названиями. James Bond, Higt-Tech (с нашумевшими контейнерами для мусора), Paris Gaulter (преломляющая в себе экзистенциальность моды 1950-х), L'Homme Objet (первая мужская) и Et Dieu Créa L'Homme («И Бог создал мужчину», со знаменитыми мужскими юбками). Плюс к этому им была открыта студия в галерее Вивьен и запущена в производство линия Junior Gaulter. В 1989 году Готье попробовал свои силы и в создании костюмов для кино. Его идеи привлекли такого культового режиссера, как Питер Гринуэй. Результатом стал фильм «Повар, вор, его жена и ее любовник». И наконец Жан-Поль создал костюмы для самого знаменитого концертного турне (1990 г.) Мадонны – Blond Ambition. Возможно, во многом благодаря им певица стала настолько популярной. Ведь в современном мире личность публичную на 90 % создает имидж.

Жизнь удавалась. Казалось, так будет всегда. Однако судьба распорядилась по-иному. Буквально за год заболел и практически сгорел от СПИДа Фрэнсис Менуж. Готье никак не мог справиться со своим горем. «Это навсегда изменило меня, я никогда не смогу жить так же легко, как раньше», – говорил он позже. Жан-Поль едва не отошел от дел, дойдя до грани отчаяния. Их связь была удивительно крепкой и чистой. Спустя время Готье признавался, что тогда ему было все равно – жить или умереть. Потерялся смысл в жизни. И только почувствовав, что Менуж просит его продолжать жить и творить, Готье вернулся к своей работе. С тех пор Жан-Поль живет один, не давая масс-медиа поводов для сплетен. Он регулярно переводит деньги в различные фонды, разрабатывающие лекарство от СПИДа. Только одного человека он готов был приблизить к себе. Как это ни странно – женщину. Все ту же Мадонну. Говорят, он даже не раз делал ей официальное предложение.

Жан-Поль Готье – человек, который не стоит на месте, он все время развивается. К уже имеющимся он добавил линии джинсовой и спортивной одежды, занялся не только костюмами в кино, но и оформлением театральных постановок, разработал ряд ароматов и даже принял участие в записи музыкального альбома

на BBC. Интересно, что в запахах от Готье нашел свое отражение как бы весь стиль мастера родом из детства. К флакону Le Male (мужской аромат), несмотря на современный дизайн, часто прилагается парикмахерская груша и кисточка. Женские же духи Jean-Paul Gaultier, как воспоминание о «фее с седыми волосами» (так он называл свою бабушку), помещены во флакон в виде дамы, затянутой в корсет. В них чувствуется ароматы румян и рисовой пудры, апельсина и горчицы, увядших роз и «того» времени. Что же касается корсета, то это вообще излюбленная тема Готье, часто варьирующаяся в его коллекциях.

В настоящее время Жан-Поль Готье – один из королей Высокой моды (он получил Гран-при в 1987 году). Он все время разрывается между своей парижской штаб-квартирой, итальянскими фабриками и всем миром. Президент Дома Hermes и обладатель собственного бренда, он не боится сотрудничать с каталогом La Redoute, который считается скорее широкодоступным, чем эксклюзивным, зато занимает одно из ведущих мест по интернет-продажам в Европе. Кавалер ордена Почетного легиона Франции, Готье всегда остается самим собой и помогает другим найти свой стиль. Именно в этом, по его мнению, – настоящая красота. Манекенщицы на его показах часто некрасивы, ведь его задача – сделать их привлекательными. «Любую женщину можно нарядить королевой, напялив на нее платье из парчи и бархата, а на голову нахлобучив корону с бриллиантами. А вот вы попробуйте превратить ту же женщину в королеву, надев на нее куртку и брюки», – говорит Готье. Что ж, пока ему это с успехом удается.

ГРЕСЬ ВИКТОРИЯ

(род. в 1964 г.)

Украинский дизайнер Виктория Гресь сегодня представляет лицо украинской моды. Заявив о себе как о модельере всего десять лет назад, она сразу показала высший класс, представ перед публикой вполне самодостаточным художником с уже сложившимся индивидуальным творческим стилем. Ни один украинский модельер не смог повторить ничего подобного. Сегодня модельер Виктория Гресь работает в Киеве, Москве и Ужгороде, но есть вероятность, что вскоре ее модели появятся за рубежом – в Америке и Канаде.

Виктория Гресь родилась в 1964 году в Казахстане. Ее родиной стал Байконур, центр космонавтики, город, который за три года до ее рождения стал известен во всем мире. Отец Виктории был военным. С самого детства она была уверена, что станет знаменитым модельером. Вместо того чтобы играть, как все девочки, в дочки-матери, маленькая Вика, представляя себя дизайнером, шила наряды на своих кукол. Она пускала в дело все, что только попадалось под руку, и делала платья даже из бумаги. Поэтому, когда ее сверстникам пришлось задуматься о выборе профессии, у девушки никакой проблемы не было: она твердо знала, куда идти. Тем более что когда Виктории исполнилось 16 лет, семья переехала в Москву. Естественно,

Гресь поступила в Московский текстильный институт им. Косыгина на факультет прикладного искусства. Уже будучи студенткой, девушка серьезно увлеклась театром. Она побывала на всех спектаклях московских театров, посмотрела все премьеры. Она даже чуть было не решила перевестись во ВГИК, на специальность «художник кино». А потом пришла в самодеятельный студенческий театр при Губкинском институте, где поставила четыре спектакля. Опыт не охладил ее восторженного отношения к театру, даже несколько укрепил ее веру в себя. «В том виде, в каком тогда была мода, она меня не интересовала, – говорит Виктория Гресь. – Работать на швейной фабрике не хотелось. Таким образом, обстоятельства привели меня в театр».

После окончания института в 1987 году Виктория получила предложение поработать в Ужгородском драматическом театре художником по костюмам. «Работала я с режиссером, с которым сложилось творческое взаимопонимание, но параллельно, дома, шила, и кормили меня, к слову, собственные руки», – вспоминает Гресь.

Отработав в театре пять сезонов, Виктория все же решила вернуться в модельный бизнес, в котором, по ее собственным словам, «почувствовала, что могу реализоваться лучше. Мода давала больше возможностей для творчества и фантазии.

Расставшись с театром в 1992 году, уже через год в Ужгороде Виктория открыла свою первую мастерскую. Постепенно дело набирало обороты, и в 1995 году в этом городке на Западной Украине состоялся первый показ начинающего модельера. В коллекции было представлено всего 35 моделей одежды. Следующая коллекция была создана в 1997 году, и с этого времени Виктория Гресь два раза в год делает и показывает новую коллекцию, как и положено дизайнеру-профессионалу. Она считает, что «“Сезоны” являются обязательным мероприятием для модельеров. Потому что создание двух принципиальных коллекций в год – это, так сказать, дизайнерский стандарт. Как говориться, назвался груздем… Для этой профессии ритм просто необходим, его нельзя потерять».

В 1998 году в Киеве был открыт бутик «Viktoria Gres» (YG), а через два года Виктория зарегистрировала торговую марку. Ее бутик – это отдельная история. Это не просто магазин одежды, это место, куда приходят, чтобы создать какой-то образ. В бутике каждая вещь интерьера подобрана с большим вкусом. Стены вместо обоев обклеены нотными листами с фрагментами музыкальных произведений. «Мне кажется, – говорит Виктория, – дизайнерскую одежду вообще нельзя продавать в белых стенах.

Интерьер является одним из звеньев процесса продвижения, продажи дизайнерской одежды. В белом чистом магазине такая одежда будет смотреться нелепо и кощунственно. Для нее нужны соответствующие антураж, атмосфера. В бутик приходят люди, которым интересна одежда модельера, а значит, им интересно и место, где она продается. Это одно из условий жанра».

Сегодня одеваться у Виктории Гресь не только престижно, это считается признаком хорошего вкуса. Многие видят причину ее успеха в изысканности и интеллектуальности стиля, в том, что называется «утонченность стиля, абсолютный вкус, соединение классической элегантности с бесконечно меняющимися новыми тенденциями мира моды». Другие обозначают ее стиль как «изысканная простота». Кто-то называет его женственным, «достойным Настоящей Женщины». Все они правы. Виктория создает не столько просто отдельные вещи, сколько самостоятельные и законченные образы. «Как я создаю свой стиль? Просто создаю определенное личное жизненное пространство, – говорит она. – Сюда входит интерьер, одежда, предметы декорирования. В стиле важно глубокое понимание всего этого в комплексе, тогда возникает органичность существования и одежды, и ее присутствия именно в этом интерьере».

Виктория Гресь всегда создает собственную моду, мало обращая внимания на мировые тенденции ее развития. Коллекции украинского модельера нельзя спутать ни с чьими другими. Их узнают даже по деталям – «по клочку ткани или одной пуговице». Виктория любит натуральные ткани – хлопок и шерсть, шелк и крепдешин, бархат и плюш. Много ручной работы. Ее модели часто украшены вышивками, французским кружевом, шитым золотой и серебряной нитями, росписями и украшениями из стекла и хрусталя. И розочками из ткани, которые выступают в качестве брошей, браслетов и шейных украшений. Виктория не боится эклектики, смешивая в своих коллекциях разнообразные материалы, ткани современные и старинные, из «бабушкиного сундука», классический и экстравагантный стили. Часто в ее коллекциях присутствуют этнические мотивы. Ее модели всегда женственны и сексуальны, и чаще всего в них чувствуется ностальгия по давно ушедшим двадцатым годам прошлого столетия. Пышные юбки, вышитые манжеты и воротнички, длинные пальто, меховые шарфы и вуаль на лице смотрятся очень женственно и эротично. Недавно в одном из модных журналов появился отклик на показ новой коллекции модельера, автор которого очень образно представил ощущение от показа: «Модели от Виктории Гресь нельзя просто носить, их нужно понимать.

Одеваясь в них, чувствуешь, будто проходишь через цветные витражи. Тебя видят уже совсем другой, да и сама ты видишь себя не такой, как ранее. Изменяется отношение к окружающему миру, ты начинаешь оценивать его по законам красоты и любви».

Коллекции Виктории Гресь стали уже традиционными на Киевских «Сезонах моды», украинском аналоге Недели прет-а-порте. И каждый ее показ – это шоу, своеобразный спектакль, в котором мода переплетается с театром. Вот перед нами коллекция 1998 года «Сладкие обещания»: зал наполнен запахом горячего шоколада, а на сцене – шоколадница со знаменитой картины Жана-Этьена Лиотара. Весна/лето-2002, коллекция «Антон Павлович Чехов» – на подиуме царит прекрасный белый цвет: «Хотите не потеряться в толпе, наденьте белое. Хотите начать все сначала, наденьте белое. Хотите исправить себе и другим настроение, наденьте белое…» Осень/зима-2002 – «Бархатная революция»: «Борьба, мягкая и беспощадная, незаметная и непрекращающаяся, борьба, которая происходит ежесекундно и никогда не заканчивается, которая убивает и дает жизнь, борьба, вести которую подчас нет сил, но жить без нее не имеет смысла. Борьба, о которой знают, которую ведут, в которой участвуют только двое: мужчина и женщина». Весна/лето-2003: сдержанная коллекция «Скромнее» наводит на мысли об аскетизме. Внеплановая новогодняя коллекция «Легкий аромат розы» – пригласительные билеты в конвертах с вложенными туда же розовыми лепестками, в зале свечи, шампанское и вечерние платья на сцене. Весна/лето-2004: «Наивные связи» – на сцене возрождается мода тридцатых годов. Возрождается «через черно-белую фотографию, через эротическую фотографию 30-х годов». Не менее говорящими были «Пена дней», «Элегантная катастрофа», «Слезы буржуазии», «Искушение летом», «100 лет Королеве», «По дороге из Гайд-парка в Порто-Бело», «Жизнь одного платья», «Бытие определяет».

Виктория Гресь создает не только эксклюзивные вещи. Она стала одним из первых модельеров в Украине, которые начали сотрудничать с отечественными фабриками по производству одежды. Еще в 1998 году она создала специальную коллекцию для ужгородской фабрики «Парада», а в следующем сезоне – для крупнейшей фабрики «Украина». «Не нужно изобретать велосипед, – говорит по этому поводу Гресь, – достаточно посмотреть на мировые европейские марки. Они ведь деньги зарабатывают не на кутюрных коллекциях. Они зарабатывают, одевая массового потребителя, благодаря чему и имеют возможность вкладывать миллионы долларов в свои безумные показы и рекламу. А что мы рекламируем на показах? Одежду,

которой нет? Отшить шикарную коллекцию и положить ее в шкаф или распродать среди приятелей и журналистов? Зачем? В конце концов, для этого не нужны «Сезоны», не нужна реклама. У меня это хорошо получалось в Ужгороде, где я сделала восемь коллекций и они осели в шкафах знакомых. Думаю, что будут еще упреки в мой адрес, мол, это не дизайнерская одежда. Но нас учили так: высший пилотаж – это когда твое пальто надевают сто человек и оно всем идет. Это намного сложнее, чем пошить для одного человека, этому нужно научиться. И очень здорово, если это получается».

Виктория Гресь – не только известный дизайнер, который уже давно занял ведущие позиции в мире украинской моды. Как отметил один из отечественных критиков моды, «она еще и очаровательная женщина. Быть собой и в то же время постоянно менять образы – для Виктории не парадокс, а образ жизни, присущий только настоящим леди. Ее путь – это путь перемен, без которых невозможен поиск совершенства. Ее мир – это мир фантазии, стильности и тонкого шарма».

ГУЧЧИ

Гуччио Гуччи

Модный дом Гуччи, основанный в начале XX века простым итальянским шорником, стал символом шика, богатства и знатности. Сейчас он является третьей в мире компанией по производству предметов роскоши. Иметь костюм или аксессуары от Гуччи, значит принадлежать к классу избранных. Многие из изделий компании стали культовыми. Благодаря Грейс Келли и Жаклин Кеннеди сумки с бамбуковой ручкой приобрели широкую популярность. Мокасины от Гуччи, принадлежавшие Джону Кеннеди, украшают экспозицию нью-йоркского Музея современного искусства. Особым признанием пользуются духи Гуччи, которые имеют запах «роскоши».

История семейства Гуччи и одноименной фирмы наполнена счастливыми совпадениями, «родовыми проклятиями», скандалами, взлетами, невероятными провалами и истинно «итальянскими страстями». Неудивительно, что режиссер Мартин Скорсезе, автор «Крестного отца», снял фильм об истории их Дома.

Гуччио Гуччи, основатель компании, родился во Флоренции в семье итальянского ремесленника в 1881 году. Его отец торговал соломенными шляпками собственного изготовления. Когда Гуччио исполнилось 23 года, он открыл собственную мастерскую по производству конной упряжи, которую назвал «Дом Гуччи».

Просуществовала она недолго. Молодой человек покинул страну. Поскольку все мужчины рода Гуччи отличались вспыльчивым и вздорным характером, самой вероятной причиной отъезда была ссора с отцом. Обосновался Гуччио в Лондоне, где более десяти лет работал в отеле «Савой», сначала носильщиком, а затем коридорным и лифтером. Именно тогда молодого итальянца посетила мысль, что чемоданы и сумки путешествующего человека подчеркивают его статус и определяют принадлежность к касте. В 1921 году Гуччи возвратился в Италию и женился. На заработанные в Англии 30 тысяч лир он вновь открыл мастерскую, а через год – магазин, в котором стали продаваться его изделия: конская сбруя, одежда для жокеев, чемоданы. Все это было сделано из кожи самого высокого качества с изысканностью, присущей средневековым мастерам. Лучшие наездники Европы предпочитали выступать в костюмах от Гуччи, и вскоре компания получила известность по всей Европе. В семье Гуччи было шестеро детей. Подросшие сыновья: Альдо, Уго, Васко и Родольфо помогали отцу в работе. В 1933 году старший сын Альдо придумал фирменный знак из двух переплетенных букв «G». В 1937 году мастерская превращается в небольшую фабрику и начинается выпуск дамских сумок, чемоданов и перчаток. В 1938 году в Риме на самой престижной улице – Via Condotti – открылся бутик Гуччи. Несмотря на приближающуюся войну, Гуччи процветали и как ни в чем не бывало продолжали создавать вещи для «золотой» молодежи. Они получили заказ от самого Муссолини на оформление одного из его паллацо. В начале 1940-х годов магазины Гуччи открылись по всей Италии.

Если своим созданием фирма обязана Гуччио, то процветание и всемирную известность ей обеспечил его сын Альдо. Благодаря ему ассортимент фирмы дополнился легендарными шелковыми шарфами и галстуками, а позже часами. Культовая сумочка с бамбуковой ручкой своим появлениям обязана также идеям Альдо и недостатку кожи, который остро ощущался в военное время. Именно он предложил изготавливать сумки из льна, джута и пеньки. В начале 1940-х годов Альдо – первый из европейских производителей – отправился за океан, и Америка не устояла перед очарованием роскоши Гуччи. В 1953 году открылся первый магазин на Пятой авеню в Нью-Йорке. Успех компании еще один Гуччи – Родольфо – объяснял так: «Семья была компанией, а компания была семьей». Он стал довольно успешным киноактером, снимавшимся под псевдонимом Маурицио де Анкоре в итальянских фильмах 1930–1940-х годов. Однажды его партнершей была культовая личность кинематографа – Анна Маньяни. После войны Родольфо покинул мир кино и вернулся в

отцовскую фирму. Может быть, и поэтому голливудские звезды так любили облачаться в одежду от Гуччи, ведь один из членов семьи досконально знал все вкусы и тайные желания актеров. Ингрид Бергман, Одри Хепберн, Грейс Келли, Питер Селлерс – те знаменитости, которые сделали популярными марку Гуччи. В фильме «Римские каникулы» головку Одри покрывает фирменный шелковый шарф, а танцует она в мокасинах от Гуччи. Сумочка через плечо, которую носила Жаклин Кеннеди, получила в народе название «Джеки-О!». Лицом Гуччи, несомненно, была американская актриса и очень красивая женщина – Грейс Келли. На ее свадьбе с принцем Монако каждый из гостей получил в подарок шарф от Гуччи, а компании Гуччи присвоили официальный статус поставщиков королевского двора.

Гуччио Гуччи умер в 1953 году, и это стало первым шагом к краху семейства. Братья долго судились между собой о том, какая часть семейного капитала является собственностью каждого. В результате продолжительных судебных разбирательств 50 % акций досталось Альдо, который возглавил фирму. С истинно итальянским темпераментом Гуччи и ссорились, и работали. Если бы они жили в Средневековье, их семейство вскоре перестало бы быть таким многочисленным. Но на дворе стоял просвещенный XX век, и к услугам Гуччи была целая армия юристов и адвокатов. Не было ни одного представителя семейства, который не имел бы претензий к другим и не подавал бы судебные иски. Их не останавливали даже ближайшие кровные связи. Паоло, сын Альдо, который впоследствии занимал пост ведущего дизайнера фирмы, бесконечно судился со своим отцом. Причем счета за услуги юристов, когда у Паоло заканчивались деньги, невозмутимо оплачивал Альдо. На одном из таких разбирательств судья Мириам Альтман отказалась рассматривать жалобу, аргументируя это так: «Я знаю каждую вещь, что продается у Гуччи, и знаю, что две трети ее продажной цены члены семьи отдают адвокатам».

Несмотря на дрязги, сотрясавшие семью, в 1960–1970-е годы Гуччи добились наибольшего успеха и процветания фирмы. Ее ассортимент пополнился легендарными туфлями loafer, которые представляли собой мокасины на шипованной подошве. Началось производство духов, часов, меховых изделий, женской одежды. Ежегодно компания приносила по 800 млн долларов. Кстати, часы пополнили коллекцию Гуччи благодаря поломке на телефонной линии. Северина Вундермана, пытавшегося дозвониться до своего клиента, случайно соединили с Альдо Гуччи, и коммивояжер не упустил счастливого случая. Владелец многомиллионного бизнеса и безвестный продавец часов позже

стали хорошими друзьями. Вундерман основал и возглавил швейцарское подразделение Гуччи – Gucci Timepieces, которое занимается разработкой и производством ювелирных украшений и часов. В настоящее время их продажа приносит около 10 % общего дохода компании. О том, что значили вещи Гуччи в то время, говорит известная итальянская писательница Грация Лори: «Когда я училась в Милане в 70-х годах, наши ученики, как и их родители, делились на “левых” и “правых”. И это точно определялось одеждой. “Левые” ребята носили джинсы и свободные свитера. “Правые” щеголяли в мокасинах от Гуччи, и на ручки школьных сумок (тоже от Гуччи) повязывали знаменитые шелковые шарфы».

А страсти в разросшемся семействе Гуччи накалялись. Заседания Совета директоров были заполнены выяснением отношений между родственниками и зачастую превращались в шумные перебранки, а в 1982 году дошло до драки. После этого заседания Паоло, в которого швырнули пепельницу, покинул фирму, а «Гуччи парфюм» отделилась от компании. В 1983 году, после смерти Родольфо, принадлежащие ему акции переходят по наследству к сыну – Маурицио. Родственники тут же подают в суд, утверждая, что молодой человек, чтобы не платить налог на наследство, подделал завещание. Маурицио, приговоренный к годичному заключению, бежит из страны. Не зная, к чему это приведет, дядя, который питал симпатию к выросшему без матери племяннику, решает ему помочь. Личный адвокат Альдо добился отмены приговора. Маурицио вернулся в Италию и вступил в права наследования. Паоло, затаивший злобу на отца, не оставляет мысли о мести. Он предоставил американскому правительству документы, свидетельствующие о том, что Альдо уклонялся от уплаты налогов. Старшего Гуччи признают виновным и в 1986 году заключают в американскую тюрьму. Ходили слухи, что эту удачную идею Паоло подсказал его двоюродный брат.

Маурицио – «черный человек» семьи, который практически довел Дом Гуччи до катастрофы. В 1980-е годы дела компании резко ухудшаются. Воспитанный нянькой и автомехаником мальчик не имел представления о реальной жизни, не знал цены деньгам и не умел строить отношения с людьми. В 1989 году он стал президентом фирмы. Не осознавая последствий, он делает все возможное, чтобы приблизить банкротство компании. Вещи Гуччи больше не создают атмосферу роскоши и шика. Они являют собой концентрацию остромодных тенденций, которые балансируют на грани китча. Маурицио увольняет людей, десятки лет работающих в компании, снимает с производства

легендарную сумочку с бамбуковой ручкой, переносит офис в Милан, на строительство здания которого тратит более полумиллиона долларов. Но наибольший удар по репутации фирмы наносит неконтролируемая продажа лицензий на производство вещей с фирменным логотипом различным мелким фирмам, которые в основном располагаются в Азии. В начале 1990-х носить вещи Гуччи считалось дурным вкусом, а компания была практически разорена. Совладельцы фирмы, внуки Гуччио: Роберто, Паоло и Джорджио, чтобы спасти свои капиталы, продали акции бахрейнской финансовой компании Investcorp. Чтобы улучшить положение, новые владельцы приглашают на должность экономического директора Доменико де Солле, который в 1990 году принимает на работу американского дизайнера Тома Форда. Через несколько лет он становиться творческим директором Дома Гуччи. В 1993 году Маурицио продает свою долю компании Investcorp за 100 млн долларов. С этих пор в компании Гуччи не остается ни одного человека из семейства Гуччи.

Весной 1994 года Милан был потрясен громким делом. 27 марта возле своего миланского офиса был застрелен 45-летний Маурицио Гуччи. Несмотря на то что преступник допустил множество ошибок и полиции удалось составить его фоторобот, убийство оставалось нераскрытым в течение нескольких лет. Версии о причастности к убийству сицилийской мафии и бывших партнеров были отвергнуты. Наибольшие подозрения вызывала Патриция Реджиани – вторая жена Маурицио, с которой он развелся несколько лет назад. Однако доказательств о ее причастности к убийству не было. Первый брак Маурицио был мимолетен. Известно, что его первая жена была графоманкой. В одном из своих опусов она написала: «Это привилегия – быть убитым наемным убийцей». Второй брак Маурицио, в котором рождены две дочери, продлился 12 лет. При разводе Патриция Реджиани получила 1 млн долларов, яхту и два дома, один из которых находился в Нью-Йорке. Дочь прачки, по ее словам, оставшаяся «без будущего», обратилась за помощью к психотерапевту Джузеппине Ауриемме, которая увлекалась оккультизмом. Они подружились. На одном из спиритических сеансов духи посоветовали женщинам избавиться от Маурицио. Совет был очень своевременным. Поговаривали, что Маурицио собирается жениться в третий раз и лишить дочерей наследства. Дамы обратились за помощью к владельцу небольшого отеля, который нанял киллеров.

Прошло несколько лет. Полицейским, следившим за владельцем пиццерии Орацио Чекалу, который подозревался в

торговле наркотиками, случайно удалось подслушать телефонный разговор, в котором он требовал от Патриции доплатить за убийство ее мужа. Вскоре вся милая компания оказалась на скамье подсудимых. Вдова, которую осудили на 25 лет, продолжает утверждать, что она не виновна. Пересмотр дела затягивается из-за одного странного обстоятельства. У любого, кто берет в руки материалы дела, тут же обнаруживаются симптомы непонятной болезни: тошнота, сыпь на коже и удушье. Виной тому «проклятие Маурицио» или микробы, расплодившиеся в архиве Верховного суда, – неизвестно, но служащие суда и юристы отказываются дотрагиваться до бумаг. Скорее всего Патриция, прославившаяся на весь мир фразой: «Я буду лучше рыдать в роллс-ройсе, чем радоваться жизни верхом на велосипеде», отбудет свой тюремный срок полностью.

Благодаря успешной экономической политике де Солле, который отозвал лицензии, вложил прибыль в расширение бизнеса и покупку известных модных компаний, а также таланту Форда, чьи коллекции неизменно пользуются успехом, компания Гуччи вновь становится лидером в мире моды. За коллекцию 1995/96 года Том Форд получил звание Лучшего модельера. Бархатные брюки, шелковые юбки, пальто из мохера создавали впечатление простоты и роскоши одновременно. Все модели были пронизаны духом изысканной эротики. Так же, как и одежда, духи Envy разработаны дизайнером в стиле «унисекс», и подходят как мужчинам, так и женщинам. Форд вновь вернул публике сумку с бамбуковой ручкой и мокасины, которые теперь выпускаются из шелка и тисненого бархата различных цветов.

В апреле 2004 года компанию «Гуччи Групп», в которую входят такие именитые фирмы, как «Ив Сен-Лоран», «Баленсиага», «Александр Маккуин», «Серджио Росси» и многие другие, покупает французская корпорация Pinault Printemps Redoute (PPR). Дом Гуччи вновь лихорадит. Из-за несогласия с новым руководством ее покинули де Солле и Том Форд. Ушло более десятка модельеров, среди которых и Александр Маккуин. Каждые несколько месяцев меняются ведущие дизайнеры. Управляющим назначен голландец Роберт Полет, который до этого занимал пост руководителя отдела замороженных продуктов в одной из крупнейших европейских компаний по производству продуктов питания. Будет ли его деятельность столь же успешна, как и на прошлой работе, где он смог увеличить объем продаж в несколько раз? Неизвестно. Но хочется надеяться, что в эпоху всеобщей глобализации в мире найдется место и «скромному обаянию буржуазии», которое олицетворяет собой Модный дом Гуччи.

ДЖИЛЬИ РОМЕО

(род. в 1950 г.)

Итальянский модельер и дизайнер, известный способностью виртуозно соединять в своих работах различные этнические стили и современные веяния.

Родился культовый итальянский модельер Ромео Джильи в провинции Фаэнца, в городе Кастельволонезе, в 1950 году. Еще в школе мальчик заинтересовался классикой и начал серьезно ее изучать. После получения среднего образования Ромео поступил в архитектурный университет. О том, что его ждет карьера дизайнера и покорение «вершин» мира моды, молодой человек тогда даже не догадывался. Однако Ромео чувствовал: в его жизни чего-то не хватает. Какой-то очень важный компонент явно и почти безнадежно отсутствовал. Архитектура – это, конечно, прекрасно, но… Что же он сделал не так, начав строить свою судьбу?

Понимание того, что молодой человек пытался поначалу занять явно не свое место под солнцем, пришло не сразу. Исподволь, шаг за шагом, ненавязчиво в жизнь Джильи входило то новое, которое на самом деле являлось его судьбой. Кусочки мозаики, из которой дизайнер позднее собрал свой, неповторимый мир, накапливались, становясь все заметнее, заставляя задумываться…

Еще будучи студентом, Джильи начал выезжать за рубеж. Каждый раз, возвращаясь домой, молодой человек обязательно привозил с собой в виде подарков одежду, а также декоративные безделушки и ювелирные изделия. Вскоре у него дома скопилась целая коллекция таких маленьких напоминаний о культуре разных народов. Теперь Ромео не просто интересовался дизайном: увлечение стало настоящей болезнью. Наконец будущая звезда сделала окончательный выбор в пользу моделирования, не без резона решив, что архитектура обойдется без его скромной персоны. Но постигал тайны своего нового дела Джильи самостоятельно, дома, в свободное время.

В 1979 году «самопальный» дизайнер переехал в Америку. В Нью-Йорке он устроился на работу в ателье Демитрия; для Ромео снова наступило время учебы – он постигал тонкости создания стиля. Через некоторое время молодой человек решил, что достиг всего, чего хотел; собственные идеи о стиле у Джильи, и правда, уже сформировались. А вот воплощать их в жизнь новоявленный профи хотел дома, в Италии.

Первые же коллекции одежды этого модельера оказались настолько оригинальными, не похожими на работы других мастеров, что публика начала проявлять особое внимание к вещам самобытного дизайнера. На его показах залы никогда не пустовали: соотечественникам Ромео очень хотелось знать, чем же еще может удивить их человек, имевший свой, независимый взгляд на вещи. Дизайнер не шел на поводу у господствующих на данный момент тенденций – он старался создать свой, неповторимый образ человека. Например, в 80-х годах прошлого века Джильи демонстративно отказался от царящих во всех типах одежды подплечников. В противовес «гренадерскому» развороту модели Ромео демонстрировали гладкую линию плеча, избежав утрированности внешнего облика. Особенно выигрывали при этом дамы; представительниц прекрасной половины человечества подплечники часто откровенно уродовали, придавая им мужеподобный вид. Вещи, которые создавал в те годы Джильи, стали своеобразной «стартовой площадкой» для его будущих коллекций, завоевавших невероятный успех и поставивших своего создателя на высшую ступеньку мира моды.

Работы Ромео всегда отличались использованием широкой гаммы цветов. Поэтому коллекция 2004 года шокировала поклонников марки Romeo Gigli: пожалуй, впервые в своей жизни модельер отдал предпочтение строгому черному цвету, слегка «разбавив» его мрачноватую элегантность добавлением золотого и красного оттенков. Тем не менее, торжественная, изысканная, благородная гамма лишь подчеркнула отточенность силуэтов,

позволив мастеру разнообразить собственное творчество.

Но прошел год – и Джильи снова поразил зрителей, собравшихся в начале февраля в Риме на традиционную Неделю моды. 55-летний дизайнер и модельер, безумно любящий шикарные ткани и легкое кружево, представил коллекцию, в которой решил продемонстрировать свое уважение к… кочевым народам! И в Вечном городе поклонники моды, затаив дыхание, любовались моделями, от которых веяло настоящим цыганским духом. Вновь на подиуме царили золотой и красный тона; перед глазами зрителей проплывала вереница пышных юбок, отороченных кружевами, рубашек с высокими воротами и широкими рукавами, плотных жилетов. А манекенщицы, к тому же, при показе моделей исполняли танцевальные элементы зажигательного фламенко. Театрализованное представление, карнавал, созданный талантливым мастером-самоучкой, не оставил равнодушным ни одного зрителя.

Как и многие его коллеги, Ромео не остановился на достигнутом даже тогда, когда на него свалилась слава. Всем известно, что цельный образ создается не только за счет удачно подобранной одежды, но и аксессуаров. Вот и Джильи, решив, что неплохо бы разнообразить собственную деятельность, в 1988 году создал свою первую коллекцию очков; уже через год марка Romeo Gigli была хорошо известна любителям качественных вещей и активно сотрудничала с оптической компанией Allison. При этом Ромео являлся не только руководителем проекта, но и принимал деятельное участие в разработке новых моделей. Попав на оптический рынок, коллекции оправ и солнцезащитных очков Romeo Gigli от Allison произвели фурор: такого высокого качества, остромодного дизайна и высокой степени персонализации каждой модели не предлагал потребителям ни один другой производитель. Основными чертами стиля знаменитой марки стали также широкий выбор высококачественных материалов, естественная элегантность и яркие расцветки изделий. Новые идеи Джильи обычно черпает из традиций разных культур. Недаром дизайнер так часто путешествует по миру, посещая различные страны. Каждый раз он привозит домой, в Италию, множество идей, набросков, вариантов цветовых решений. Удивительно, но все такие «зарубки на память» поражают строгой индивидуальностью, живо напоминают о стране, из которой «прибыл» главенствующий мотив.

Совмещая в своих изделиях этнические веяния, авторское видение, оригинальные материалы и новейшие технологии, Ромео до сих пор упорно старается не следовать слепо моде. Мастер говорит, что настоящий дизайнер должен быть выше

моды, творить ее самостоятельно. Такой подход делает вещи Джильи стильными, новаторскими и… универсальными. Недаром же специалисты высказались о новой коллекции очков Romeo Gigli очень романтично, назвав данные вещи не просто защитным устройством, а «магическим фильтром для разглядывания жизни» и «зеркалом души XXI века»!

Коллекция известного дизайнера и правда стоит таких слов. Она представляет собой невероятный и органичный сплав роскоши и совершенства. Это не удивительно: ведь очки вслед за платками, часами и зонтами на данный момент превратились из просто необходимой, функциональной вещи в аксессуар. Очки демонстрируют вкус своего обладателя, свидетельствуют о его привычках, предпочтениях, стиле жизни. К тому же, они являются скромным символом успешности человека. Вспомните, сколько стоят современные ультрамодные изделия известных фирм-производителей!

Кстати, в коллекции Romeo Gigli 2004 года отразилась гамма утонченного цветового решения, использованного Ромео при создании коллекции одежды того же сезона. Черно-красно-золотое великолепие притягивает взгляд, оставаясь при этом корректно-ненавязчивым. И формы, и материалы, и отделка – все носит на себе отпечаток тонкого вкуса своего создателя. Особое внимание и покупателей, и специалистов привлекла модель солнцезащитных очков под номером RG 60904. Ее сразу же назвали вещью повышенной комфортности: линзы этого варианта «одежды для глаз» выполнены из поликарбоната и являются легкими и ударопрочными. На них даже царапину оставить – большая проблема! Кроме того, RG 60904 предоставляют 100 %-ную защиту для глаз; обычные модели оберегают человека только от прямого попадания солнечного света, а новинка от Джильи – еще и от лучей, бьющих сбоку. Этому способствует особая конструкция очков, при которой часть расширенного заушника превратилась в линзы. Казалось бы, простое решение. Но вот пришло оно в голову только одному человеку из множества, занятых производством оптики.

Итак, модельер и дизайнер с удивительно лиричным именем продолжает уверенно царить на Олимпе итальянской и мировой моды. Сегодня у него немало планов относительно дальнейшей профессиональной деятельности; ни один более или менее значительный показ одежды в мире не обходится без участия Джильи. Мастер охотно берется за создание все новых и новых вещей, оттачивая и шлифуя свой собственный Высокий Стиль – тот, который начал вырисовываться еще в годы учебы дизайнера в архитектурном университете. Судьба перевернула все с ног на

голову, дав возможность одному из многих стать звездой? Или это желание целеустремленного человека найти свой собственный путь в жизни заставила Судьбу пересмотреть свои планы в отношении талантливого итальянского паренька? Кто знает! Одно можно сказать с уверенностью: то, что Джильи все же не стал архитектором, позволило сегодня миллионам людей искренне любоваться работами дизайнера.

ДИОР КРИСТИАН

(род. в 1905 г. – ум. в 1957 г.)

Французский модельер, дизайнер, один из законодателей моды середины XX века. Талантливый менеджер, преобразовавший традиционный Дом моделей в транснациональную индустрию, сделав тем самым Высокую моду доступной миллионам. Награжден премией «Оскар» (1947 г.) в области моды. Автор книг «Я – модельер» (1951 г.) и «Кристиан Диор и я» (1956 г.).

«Публика покидает салон, а я думаю о платьях. В эту минуту, не ведая своего будущего, они висят на вешалках, брошенные, словно карты после выигранной партии. И мне хочется сесть перед ними, посмотреть на них, на все сразу, и сказать им: спасибо!» – писал К. Диор, признанный Наполеоном, Александром Великим и Цезарем моды. Всего десять лет жизни он посвятил созданию одежды, но и этого с лихвой хватило, чтобы стать национальным героем и символом не сломленной Франции.

Путь Кристиана к фантастическому успеху начался 21 января 1905 года. Он был вторым ребенком преуспевающего владельца завода удобрений и председателя многочисленных обществ Мориса Диора и его супруги Мадлен Мартен. Среди крепко сбитых братьев Реймонда и Бернара и сестер Жаклин и Женетт (позже она взяла имя Катрин) Кристиан выглядел хрупким

неженкой с миловидным личиком и необыкновенно живыми, слегка раскосыми глазами. Он был паинькой и никогда не конфликтовал с родителями: с малолетства решив не входить в отцовский «плохо пахнущий» бизнес, мальчишка заразился материнской страстью к цветам и с удовольствием занимался садом в Гранвиле. Веселый, любознательный, он рос непревзойденным выдумщиком и затейником. Но пожалуй, сильнее всего это проявлялось в дни ежегодных карнавалов. Тут его фантазия не знала границ: привычные платья пастушек, Пьеро и Коломбин блекли перед его оригинальными костюмами. Чего только стоил изготовленный для сестры наряд Нептуна: корсаж из ракушек, юбочка из соломки. Но родители не были склонны поощрять художнические дарования сына. Они мечтали о том, чтобы он стал дипломатом, и поэтому Кристиан оставил мечту изучать архитектуру в Школе художеств и поступил в Высшую школу политических наук (1923 г.).

Впрочем это «был хитрый способ» продолжать вести такой образ жизни, какой он хотел. Война и одиночество в Гранвиле остались позади. Париж был прекрасен. Кристиан облюбовал легендарный кабачок богемы «Бык на крыше» и просиживал там днями, обрастая друзьями, как деревце по весне листьями. Ватага талантливых сорванцов: композитор Анри Core, художник Кристиан Берар, поэт Макс Жакоб, актер Марсель Эрнан, писатель Андре Френьо, модельер Жан Озен, декоратор Жорж Жеффруа и, конечно, Кристиан Диор будут хранить верность юношескому братству и на протяжении всей жизни приходить друг другу на помощь. Вот только все друзья быстро найдут себя в мире профессий, а Кристиан, с детства владеющий фортепианной техникой и композиторскими задатками (он написал несколько пьес), напрочь забыл о собственном таланте рядом с Core и практически перестал рисовать, преклоняясь перед Бераром. «Восхищения и дружбы вполне хватало для моего счастья», – писал он впоследствии. От природы медлительный и невозмутимый, всегда недовольный своей внешностью (хотя поклонниц в юные годы у него было предостаточно) Диор оставался душой сплоченной компании. Родители, огорченные его безынициативностью и провалом выпускных экзаменов, а значит, и дипломатической карьеры, даже начали подыскивать ему невесту. Они так никогда и не узнали о нетрадиционной ориентации их сына.

В 1928 году Кристиану удалось уговорить родителей субсидировать открытие частной картинной галереи, организованной им вместе с художником и актером Жаком Бенжаном. Их детище быстро приобрело известность и солидную

репутацию, но ненадолго. После помешательства брата Бернара в 1931 году на Кристиана обрушились подряд смерть матери и разорение отца, ударившегося в биржевые спекуляции. Семейство Диор лишилось всех средств к существованию. Отец с младшей дочерью был вынужден искать приют у брата, а затем у своей бывшей прислуги в крестьянской лачуге. Кристиан какое-то время продержался за счет распродажи картин. Ему даже хватило средств посетить СССР с группой архитекторов, где он был потрясен «облупленными фасадами дворцов, пустыми витринами магазинов и чудовищной нищетой». Вернувшись в Париж, он нашел приют у друзей, ведя безнадежные поиски «неинтересной работы» и живя впроголодь. Организм не вынес истощения, и Кристиан заболел туберкулезом. На лечение у него не было ни гроша, и тут на помощь ему пришло братство. На средства друзей он выехал в туберкулезный санаторий в Пиренеях, а затем на остров Ибица. «Это затворничество вдали от Парижа пробудило во мне глубокое и неведомое доселе желание создать что-либо собственными руками». С этим настроением Кристиан возвращается в столицу, где при помощи художника мод Жана Озена и профессионального модельера Макса Кенна обучается технике живописи. Его эскизы моделей идут нарасхват, особенно котируются рисунки шляпок.

В 1935 году Диор уже известен в крупных Домах мод Валуа, Риччи, Скиапарелли, Молинэ, Баленсиаги, Пату. Он не успевал рисовать: в списке заказчиков фигурирует полсотни клиентов – пошивочные мастерские, меховщики, модистки, газеты («Фигаро»), журналы мод («Вог»). 30-летний Кристиан был счастлив: работа по душе, собственный дом, приглашение на должность штатного модельера от Робера Пиге. Его платье из рогожки с выступающей оборкой нижней юбки произвело сенсацию, как и костюмы к спектаклю «Школа злословия». И вновь – стремительное развитие карьеры было приостановлено Второй мировой войной. Призванный на фронт Диор на протяжении семи месяцев «странной войны» служил в трудовой армии и так воспылал любовью к земледелию, что после мобилизации отправился в деревушку Каллиан к отцу: выращивал овощи и продавал их с сестрой на рынке. Ковыряться в земле ему долго не позволили. Редактор «Фигаро» А. Шаван предложила ему сотрудничество и через несколько дней с восторгом рассматривала пакет рисунков – «целую коллекцию большого мастера». С 1941 по 1946 год Диор с блеском работал в первоклассном Доме моделей Люсьена Лелона и мечтал о самостоятельности и творческой независимости.

В 1946 году Кристиан получил престижное предложение от

самого богатого человека Франции – текстильного магната и конезаводчика Марселя Буссака: оживить фирму «Филипп и Гастон», но он не чувствовал в себе сил «воскрешать мертвых». В очередной раз согласовав свои поступки с гадалкой мадам Делаэ, Диор, паникуя от собственной смелости и упрямства, убеждает Буссака финансировать Дом моделей «Диор». В мгновение ока робкий и нерешительный Кристиан превратился в «маленького генерала»: он беззастенчиво сманивал лучших специалистов, перевербовывал чужих клиенток. Еще до открытия дома на авеню Монтень, 30 многочисленные друзья и феи рекламных отделов «Харпере Базар», «Вог», «Фигаро» шумно возвестили публике о рождении «нового потрясающего модельера».

Но прежде чем Кристиан явил Парижу первую коллекцию одежды, мир вдохнул запах духов «Мисс Диор», созданных совместными усилиями кутюрье и Сержа Эфтлер-Луиша. Кстати, фирма «Кристиан Диор Парфюм» приносила прибыли, намного превышающие доходы от модельного бизнеса.

За несколько месяцев Кристиану удалось создать мощную мыслящую в унисон команду: Жак Руэ – финансовый директор, Мица Брикар – мадам Стиль и Муза Императора, Маргерит Карре – фея иглы и управляющая швейными мастерскими, Реймонда Зенакер – «министр внутренних дел и второе “Я” Диора». Они были рядом от первых дней работы и до последних минут жизни своего патрона, безоговорочно веря в его гений. Сам Кристиан писал: «Все же могу признаться, что, если бы меня спросили накануне демонстрации первой коллекции, “Нью лук”, на что я рассчитываю, я наверняка не стал бы говорить о революции. Я не мог предвидеть приема, какой был ей оказан, я совсем об этом не думал, я только старался сделать все как можно лучше».

Показ первой коллекции произошел 12 февраля 1947 года в Париже, где суточная норма хлеба равнялась 200 г, и был похож на дивный сон. Послевоенная Франция очнулась от спячки, отринула тяготы жизни. По подиуму шествовала подчеркнуто-романтическая женственность, лукавая и чувственная, воплощенная грация, уверенная в себе, – ошеломляющее видение. 90 моделей, построенные на двух силуэтах, скромно названных Диором «Венчик» и «Восьмерка», произвели переворот в мире Высокой моды и с легкой руки редактора «Харпере Базар» К. Сноу открыли дорогу стилю «нью лук» – «новый облик», «новый взгляд». «Диор возвратил мечту оскудевшему миру», – писал «Вог». Успех был ошеломляющим. Лучше всего о своем детище сказал сам модельер: «Мы оставили за собой эпоху войны, форменной одежды, трудовой повинности для женщин с широкими плечами боксера… Я рисовал женщин, напоминающих

цветы, нежно выпуклые плечи, округлую линию груди, лианоподобные стройные талии и широкие, расходящиеся книзу, как чашечки цветка, юбки».

Диор вернул женщинам женственность, а Франции – звание законодательницы моды. Благодаря ему модели от кутюр стали задавать стиль, который потом в упрощенном виде заполонил все города. Женщины из всех слоев общества боготворили модельера. Конечно, появиться в оригинальном платье «Диорама» на улице никто бы не рискнул: подол его черной шерстяной юбки в окружности достигал 40 метров, а вот в упрощенном варианте – с удовольствием. Диор «одел» всех: от герцогинь Виндзорской и Мальборо, от Марлен Дитрих и Авы Гарднер до женщин, вынужденных собственными руками шить себе платья в стиле «нью лук». Еще никогда слабая половина человечества так не стремилась поспеть за модой. Одна коллекция сменялась другой: «Взлет», «Зигзаг», «Крылатая», «Иллюзия», «Объятие», «Изгиб», «Ландыш», «Тюльпан». Стиль один, но какая безграничная фантазия, как самобытна каждая именная модель: «Влюбленная», «Синий бал», «Приключение», «Каприз», «Дикарка», «Грешница», «Болеро»! Цена эксклюзивных моделей достигала миллиона франков…

Жан Кокто брюзжал: «Всякое чувство меры в области искусства и архитектуры утрачено, и укорачивание женских юбок на несколько сантиметров в 1953 году произвело целую революцию. Никому и в голову не приходит улыбнуться. О бомбе “Диор” говорят таким же серьезным тоном, как и об атомной бомбе». Еще бы: в разных уголках планеты даже вспыхивали настоящие восстания суфражисток, иногда заканчивавшиеся истерическими потасовками среди дам. И тем не менее, на протяжении шести лет миром моды правил стиль «нью лук», принося своему создателю баснословные доходы. Небольшая фирма от кутюр за это время выросла в огромную транснациональную многопрофильную индустрию. Диор учредил продажи лицензий вначале на производимые фирмой духи и одежду, а затем начал продавать свою торговую марку тем производителям, чья продукция соответствовала высокому стилю. Чтобы не возникло спекуляций на его имени, он тщательно отслеживал товары с маркой «Диор», в каком бы уголке мира они бы ни производились. А восемь основных акционерных обществ и 16 смежных фирм обеспечивали победоносное шествие Диора по пяти континентам, обозначая все самое лучшее.

Человек, одним из первых получивший премию «Оскар» в области моды, превративший женщин в «королев дня», творил и работал на износ, а вместе с ним и сотни служащих,

боготворящих своего хозяина. Диор отлично понимал, что Высокая мода – результат коллективного творчества, и умел отдать должное своей команде. С каким уважением и нежностью он говорил о мастерицах и ценности их ручной работы: «Пальчики, перебирающие полотно, вздрагивающие от укола иголки или замирающие над сложным швом, создающие моду завтрашнего дня…» Когда Диор, внешне похожий на простого нормандского крестьянина, лысый и излишне полный, обращался к своим подчиненным, все замирали в благоговейном молчании, чтобы затем довести до совершенства любое порученное дело. А когда шла подготовка показа новой коллекции, люди самоотверженно, не требуя компенсации за сверхурочный труд, чуть ли не ночевали на рабочих местах. Лучшим комплиментом им, посеревшим от волнения и недосыпа, были слова: «У тебя сегодня прямо фирменный [“трианоновский” серый] цвет лица!»

Как много событий уместилось в эти десять успешных лет! Вспомнив свою страсть к архитектуре и садам, Кристиан из «кочки на болоте» создал тихую гавань – поместье Мулен-дю-Кудре, в котором было уютно ему и его многочисленным друзьям. Он открыл и дал дорогу не одному десятку талантов, среди которых знаменитый кутюрье Ив Сен-Лоран и обувщик Роже Вивье. Не имея собственной семьи, Диор стал настоящим отцом трем дочерям своей вдовой сотрудницы Кармен Коль. Он написал две книги «Я – модельер» и «Кристиан Диор и я», в которых раскрывал секреты, делился опытом и каждый раз отстаивал двойное предназначение Высокой моды: с одной стороны, это творческая лаборатория и неисчерпаемый кладезь мастерства, а с другой – средство для рекламы и эксплуатации ценности под названием «Талант». Это слово Диор всегда писал с большой буквы и имел на это полное право, потому что, как говорил его друг, композитор А. Core, «был настоящий оракул… Такой успех, как у него, не дается прихотью случая, или игрой фантазии, зато в моде фантазия необходима, и тут он не уступал Леонардо да Винчи!»

Только к 1954 году стиль «нью лук» исчерпал себя. Массовость исказила его до вульгарности. Диор начал разрабатывать новое направление «флет лук» – «плоский облик», создавая модели в стиле H, A, Y, Libre (последняя основана на стиле рыбацких курток). Но новые идеи не нашли отклика, они слишком рано появились на свет. Удача переметнулась к Коко Шанель, создавшей образ независимой женщины в черном джемпере, желающей носить одежду «без выкрутасов».

Диор, воспринимавший свое дело как служение, болезненно переживал неудачу. «Стремясь к непрестанной новизне, которой

требовало ремесло, этот образованный человек перестал читать книги, этот музыкант перестал играть и сочинять, этот дилетант превратился в сурового специалиста, – писала Франсуаза Жиру. – Поприще, внезапно открывшееся для его дарований, поглотило все его жизненные силы». Он стал раздражителен, резок, ведь от его успеха зависело благополучие стольких людей. Диор упрямился, когда его преданный любовник Пьер Перротино упрашивал обратиться к врачам и отдохнуть, и беда не заставила себя ждать. 23 октября 1957 года Кристиан Диор скончался от апоплексического удара в Моктекатини Ферме (Италия) и был похоронен в деревне Каллиан. Кюре, облаченный в сутану от Диора, успокаивал убитых горем собравшихся: «Возлюбленные братья мои, вы печальны… Но подумайте: если Господь призвал его, значит, он нужен там, чтобы одевать ангелов!»

Марка Dior пережила своего создателя – единственного в своем роде художника. Его стремительное возвышение было уникальным случаем победы Таланта, и неудивительно, что основанная им фирма до сих пор остается в зените моды и стиля. «Если звезды угаснут, последней исчезнет звезда Диора», – так сказал М. Кунико, представитель диоровской марки в Японии.

ДМИТРАКОВА ИРИНА

Известная российская топ-модель, киноактриса, продюсер и ведущая одной из самых рейтинговых программ на телеканале СТС «Стильные штучки». Она относится к тому сравнительно небольшому числу людей, о которых с уважением говорят, что они начинали с нуля и сумели достичь высот мастерства исключительно за счет собственного трудолюбия и таланта.

Ирина Дмитракова родилась в самой обычной московской семье. Ее родители не имели ни больших денег, ни полезных связей, поэтому ничем не могли помочь дочери, решившей вырваться из тесных рамок стереотипов и прожить интересную, яркую и полноценную жизнь. В раннем детстве Ира была очень любознательной и активной. Круг ее увлечений был весьма широк: кружки и секции, музыкальная и спортивная школа. Учителя были очень довольны тем, что Ирина участвовала во всех школьных мероприятиях. В пионерском возрасте она гордо выносила знамя дружины во время торжественных мероприятий, в старших классах возглавляла школьную комсомольскую организацию. Ну как тут не вспомнить фразу из известного фильма: «Активистка, комсомолка, спортсменка!» Да к тому же еще и красавица. Впрочем, самой себе Ира (как и большинство подростков) совершенно не нравилась. Она постоянно комплексовала из-за своей худобы и высокого (181 см) роста. В то время, как одноклассницы изводили себя диетами и учились носить туфли на каблуках, Ира ходила согнувшись в три

погибели, чтобы казаться ниже, и надевала по нескольку пар колготок, чтобы немного «потолстеть». Разумеется, находились завистницы, придумывавшие обидные клички, хотя большинство «однокашников» ее любили – за отзывчивый характер, ум и самостоятельность.

Относительно будущего Дмитраковой все, казалось, было решено: учителя в один голос нахваливали ее педагогические таланты и рекомендовали поступать в педагогический институт. После выпускного вечера Ира отнесла документы в приемную комиссию, но на экзаменах недобрала всего один балл и решила годик поработать учителем физкультуры в родной школе. Безотказность Иры была известна очень хорошо. Поэтому в дополнение к основной работе она работала воспитателем группы продленного дня и подменяла всех болевших и отсутствовавших коллег. Впрочем, трудно сказать, что перспектива работы в школе казалась Ире привлекательной. Просто она шла по накатанной дорожке, какой до нее прошли тысячи примерных девочек, и еще не понимала, чего же хочется ей самой. Поэтому Дмитракова находилась в поиске занятия, которое могло бы увлечь ее и стать если не смыслом жизни, то, по крайней мере, ее важной частью. За неполный год она успела освоить и технику массажа, и машинопись, и профессию визажиста. Толчком к перемене направления жизненного пути стал доставшийся ей на экзамене билет. Ира должна была рассказать о романе Чернышевского «Что делать?» Машинально отвечая на вопрос, она вдруг поняла, что ей совершенно не хочется возвращаться в школу и вести бесконечные уроки. Несмотря на педагогические задатки и способности к литературе.

Второй «подсказкой», которую Ира получила от судьбы, стали слова школьной подруги: «У тебя такой высокий рост, что надо обязательно попробовать себя в роли модели». В то время у многих девушек слово «модель» ассоциировалось с первым конкурсом красоты, в котором победила Маша Калинина. Со стороны все выглядело заманчиво, и Ирина решила попытать счастья. Первым шагом по направлению к подиуму для Дмитраковой стали съемки на меховом заводе в Малаховке. Разумеется, она очень нервничала. Не хватало опыта, но его недостачу компенсировали молодость, задор и интуитивное чутье на изящные движения. В целом получилось неплохо, и теперь нужно было найти агентство, без которого ни одна манекенщица никогда не сделает карьеры. Вскоре Ира услышала, что Дом моделей «Кузнецкий мост» проводит набор манекенщиц, и отправилась прямо на кастинг. Желающих поучаствовать в кастинге набралось немало – около трехсот девушек.

Художественный руководитель Александр Данилович Игманд, увидев вместо небольшой группы целую демонстрацию, решил сократить число претенденток, заявив: «Нам нужны профессионалы». Многие развернулись и ушли. Но в Ире проснулся кураж: раз пришла, надо хотя бы попробовать. Позже Ирина так описывала этот ключевой эпизод: «Вспомнила, как ходят модели, вышла на подиум, поставила руки на пояс, прошлась и, сдерживая бешеное волнение, развернулась в обратном направлении. Игманд попросил повторить выход, я решила: что-то не понравилось, и когда спустилась с подиума, собралась уходить домой. И тут услышала свою фамилию. Оказывается, меня отобрали в числе сорока конкурсанток для участия во втором туре». В итоге Дмитракова попала в «великолепную семерку» победительниц кастинга, и с тех пор Дом моделей «Кузнецкий мост» стал для нее вторым домом и одновременно школой. Ирине очень повезло с учителем – им стал Александр Данилович Игманд – легенда отечественной моды, личный портной генсека Брежнева.

Несмотря на расхожее мнение о том, что модели живут одним днем, большинство из них рассматривает подиум как первую ступеньку к более серьезному и перспективному занятию. Кто-то выбирает самый простой вариант и быстренько выходит замуж за богатого бизнесмена, кто-то стремится попасть на киноэкран, некоторые начинают заниматься дизайном одежды. Ира хотела извлечь из своей работы максимум пользы: работала, училась, пробовала себя в новых амплуа. На этом пути ей постоянно приходилось преодолевать трудности, переживать из-за интриг, остерегаться козней завистников. Такова была плата за успех, но Ирина была готова платить за возможность стать самой собой.

Несмотря на растущую популярность, Дмитракова не собиралась останавливаться на достигнутом. Работая в Доме моделей, она одновременно училась в колледже парикмахерского искусства, где получила квалификацию мастера широкого профиля. Затем закончила Университет культуры. И все это – в безумном темпе, поскольку к тому времени модель уже сотрудничала с модельными агентствами не только в России, но и за рубежом. Первым зарубежным контрактом в ее жизни стала поездка в Корею на два месяца. А в двадцать лет Ирина приехала в столицу мировой моды – Париж. Правда, парижские агентства предпочитали моделей помоложе, и Ирина впервые осознала, что в ее профессии возраст – не достоинство, а помеха. Странно слышать, когда кого-то называют слишком старым в 20 лет, а чаще всего Ирине говорили именно это. Помог всемогущий

случай. После безуспешных походов по агентствам Ирина с приятелем отправилась в ресторан, где состоялось знакомство с хозяином фирмы, производящей одежду прет-а-порте. Как ни странно, на него произвел впечатление не столько внешний вид модели, а то, как она поет. После того как Ирина спела песню на русском языке, гости ресторана притихли, а ее будущий босс растрогался и тут же подписал контракт. Так Ирина Дмитракова стала лицом фирмы Dejac.

В ее жизни началась светлая полоса: контракты в Италии, Швейцарии, других европейских странах. Но в отличие от многих моделей, вырвавшихся на европейский простор, Ирина не забывала, откуда она родом, и часто наведывалась в Россию. В 1997 году она получила премию «Овация» как лучшая топ-модель России. В 1998-м была признана лучшей моделью Недели российской моды в Москве. Ее лицо мелькало на страницах журналов, в музыкальных клипах, рекламных роликах. И попало на глаза кинорежиссерам.

На съемочной площадке она очутилась без всякой протекции, только благодаря своей одаренности. Первую роль Ирина Дмитракова сыграла в короткометражном мистическом триллере – дипломной ленте режиссера Марии Мельниковой. Следующие работы были более профессиональными: «Бременские музыканты» А. Абдулова, «Ультиматум» А. Эрамджана, «Муки любви» К. Фолиянц, «24 часа» А. Атанесяна, «Раскаленная суббота» А. Митты, сериал «Дронго» З. Ройзмана. Общаясь и работая с известными режиссерами, замечательными актерами – А. Панкратовым-Черным, Л. Куравлевым, М. Державиным, И. Калныныпем, – Ирина училась секретам актерского мастерства.

А телевизионная карьера Дмитраковой началась с рекламы нижнего белья. Первый опыт съемок был откровенно шокирующим: «Съемки велись у меня дома в присутствии моих родственников. Они, конечно, были изумлены съемочным процессом. Чтобы разрядить атмосферу неловкости, я постоянно балагурила, пытаясь сгладить ситуацию. Оператору понравилось то, как я держусь перед телекамерой. Мне предложили попробовать себя в телеэфире». История повторилась: как и в далекой юности, Ирина отбросила все свои страхи и комплексы – и победила. Ее теледебютом стала программа «Дамские штучки» на «31 канале», потом возникли новые проекты: клуб «Манхэттен-Экспресс», «Партийная зона», «Стильные штучки».

Продюссирование проекта занимает немало времени, однако Ирина постоянно ищет и находит все новые и новые возможности самореализации: серьезно занимается пением, берет уроки вокала у известного педагога Марии Кац, выступает с сольными

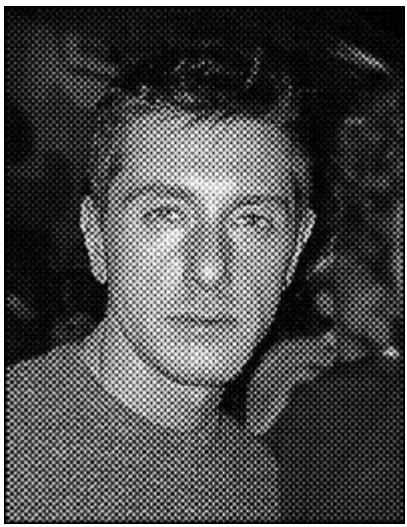
номерами в концертах, записывает диск. Она является заметной фигурой в шоу-бизнесе: продюсирует, режиссирует и ведет конкурсы красоты, концерты звезд, различные церемонии и вечеринки. Участвует в показах мод, являясь лицом канадской фирмы «Джульетта Бонелли». Охотно снимается для многих глянцевых журналов.

Как правило, бизнес-леди не преуспевают в обычной, повседневной жизни. На это просто не хватает времени. Но только не у Ирины! Она самостоятельно убирает дом, очень любит готовить. И мечтает о счастливой, надежной и теплой семейной атмосфере. Правда, ее любимому мужчине приходится непросто, но он прекрасно понимает ее.

Сегодня Ирину считают образцом изысканности. Ее яркая индивидуальность и стильность проявляются буквально во всем: в одежде, в пластике, манере общения, образе жизни. Одевается она в заграничных бутиках, но далеко не в самых дорогих, отдавая предпочтение двум цветам: черному и бордо. Обувь и аксессуары носит только эксклюзивные. Безо всяких видимых усилий сохраняет прекрасную форму. Этому способствует то, что Дмитракова не ест мяса, зато вовсю «налегает» на молочные продукты. Если хочется отдохнуть от суеты, Ирина проводит время в обществе голубовато-белого йоркширского терьера по имени Ромми. И уже начала строить собственный дом – с камином в гостиной, в классическом стиле. Но главное, о чем мечтает одна из самых успешных бизнес-леди России, – чтобы в построенном ею доме свила гнездо птица по имени Любовь.

ДОЛЬЧЕ ДОМИНИКО ГАББАНА СТЕФАНО

Доминико Дольче
(род. в 1958 г.)



Стефано Габбана
(род. в 1963 г.)

Dolce & Gabbana – Дом моды, входящий в десятку самых лучших в мире. Впервые дебютировав в мире Высокой моды в 1985

году, дизайнеры за двадцать лет создали свою международную империю моды. Модельеры работают под девизом «molto sexy» – немного сексуально. Поэтому именно они дали начало «бельевому стилю» в женской одежде, превратив бюстгальтер из нижнего белья в модный аксессуар, ввели в моду «художественно разодранные» джинсы, придумали платье-бюстье и предложили надевать мужские костюмы на обнаженное женское тело.

Доминико Дольче – невысокого роста, ленивый и медлительный, с зелеными всегда улыбающимися глазами. Он родился 13 августа 1958 года в предместье Палермо, столицы Сицилии. Родители его были не из богатых, хотя отец громко именовался «управляющим» небольшой швейной фабрики. Семья придерживалась строгого сицилийского «домостроя» – слово отца было крепче стали. Родители Доминико не баловали – новые игрушки и одежда перепадали ребенку не часто. Лишь по воскресеньям мальчик мог надевать «парадно-выходной» узкий шерстяной костюм для похода в церковь.

С шести лет Доминико помогал в мастерской своему отцу. Еще в детстве он настолько хорошо овладел мастерством кроя и шитья, что мог почти не глядя пришить рукава к мужскому пиджаку. Близкие называли его Моцартом – за такую же гениальность в шитье, как у композитора в музыке. А для развлечения мальчик из лоскутков моделировал миниатюрные платья и костюмчики.

По традиции повзрослевший Доминико должен был войти в семейный бизнес отца. Но он делает иначе – после окончания школы поступает в университет. Проучившись в нем около года, Дольче бросает его и поступает в художественную школу. Закончив обучение, отправляется в Милан.

Стефано Габбана – полная противоположность: кареглазый, высокий, худой и очень разговорчивый. Родился он 14 ноября 1963 года в Северной Италии, в Милане. Здесь были уже не такие строгие нравы, поэтому мальчик воспитывался в неполной семье. Он был внебрачным сыном одного из самых богатых и известных миланских стилистов. Семья его не была стеснена в материальных средствах, и подростку не составляло особого труда быть модником. В начале каждого сезона Стефано покупал себе самую модную вещь из магазина фирмы «Фиоруччи», специализирующейся на экстравагантной и яркой одежде для подростков. Как утверждает модельер: «Но я и думать не мог, что создание одежды станет моим собственным бизнесом».

Стефано рисовал с раннего детства, буквально «рос с карандашом в руках». Позже в Милане он изучал графическое

искусство на отделении графики и дизайна художественного коллежа и работал художником-графиком. Коллеж Габбана закончил, получив специальность «Креативный директор», но так им и не проработал ни дня. Молодого человека манили совсем другие возможности.

Будущие знаменитые дизайнеры встретились в одном из миланских ателье, где оба работали ассистентами. Такие, на первый взгляд, разные – и по происхождению и по воспитанию, – они нашли много общего. Например, выяснили, что оба питают любовь к эпохе барокко и итальянским классическим фильмам 1950–1960-х годов. И сейчас их вдохновляют на творчество любимые режиссеры и актрисы – Висконти, Де Сика, Роберто Росселини, Софи Лорен, Джина Лоллобриджида, Анна Маньяни. А тогда молодые люди решили совместными усилиями попробовать себя в мире моды. Результат творческого тандема известен – более 20 лет модельеры вместе творят моду, а их одежду предпочитают нынешние звезды – Изабелла Росселини, Мадонна, Деми Мур, Николь Кидман.

В 1982 году партнеры открывают совместную крошечную студию в центре Милана, создают и финансируют первые свои коллекции. Конечно, были некоторые финансовые трудности. Например, показ первой их коллекции проходил в не совсем стандартной обстановке – в одном из миланских кафе. В 1985 году молодые люди получили предложение поучаствовать, как молодые дарования, в настоящем показе моделей Milano Collezioni. Успех их коллекции был оглушительным, модельеры показали одежду для «настоящей женщины – красивой, сильной, но не идеальной». В 1986 году Дольче и Габбана представляют свою коллекцию в шоу Real Woman. В марте 1987 года они презентовали свою первую коллекцию трикотажа. В 1989-м широкой публике была показана первая коллекция купальных костюмов и белья.

Творческие успехи модельеров сразу же отразились и на коммерческой стороне дела – за 10 лет они превратились из маленького ателье во всемирно известную торговую марку Dolce & Gabbana, приносящую владельцам многомиллионную прибыль. С 1987 года они начали расширяться – открыли show-room (демонстрационный зал) в Милане, позже, в 1994 году, – еще два зала, в том же Милане и в Нью-Йорке. Тогда же, в августе 1987-го, у них появился первый собственный магазин. Затем, в 1988 году, Дольче и Габбана подписывают контракт с Onward Kashiyama group и начинают продавать одежду своей фирмы в Японии. В том же 1988 году последовало предложение о финансовой поддержке от компании Genny group, что позволило открыть собственные

бутики не только в Милане, но и в Гонконге, Сингапуре, Сеуле. Сейчас специализированные магазины с фирменным знаком D&G открыты уже более чем в 80 странах мира.

С 1990 года модельеры начали «работать» на мужчин, впервые создав для них свою коллекцию. Сильный пол сразу же оценил стиль Dolce & Gabbana. У них стали одеваться звезды – Игги Поп, Вуди Харрельсон, Стинг (последний даже снялся в их одежде в фильме Quadrophenia).

Популярность дуэта все возрастает, четыре года – с 1990-го по 1994-й – они являются консультантами Complice. Сфера деятельности дизайнеров постепенно расширяется. В 1992 году Дольче и Габбана представляют первый парфюмерный продукт своей марки, который назвали просто и незатейливо – Dolce & Gabbana Parfum. Аромат в 1993 году получил премию от Международной академии парфюмерии.

И тогда же, в 1993-м, D&G создают коллекцию для мирового турне Мадонны, которую оба обожают и отзываются о ней не иначе, как «наш друг, наше восхищение и наше вдохновение». Правда, с нашумевшей коллекцией для знаменитой поп-певицы у дизайнеров вышел небольшой конфуз. Для своего кумира они сделали 1500 костюмов в рекордно короткое время – меньше чем за два месяца. Причем большинство из них было сшито и отделано вручную. Когда же коллекцию сдавали восхищенной заказчице, оказалось, что в контракте не была оговорена сумма гонорара. Получалось, что дизайнеры работали почти даром. Но сами модельеры в таких ситуациях не огорчаются, о чем свидетельствует их высказывание: «Возможно, мы не думаем о стоимости нашего труда потому, что уже давно заработали гораздо больше денег, чем способны потратить».

С 1994 года в их ассортимент добавляются джинсовая линия, аксессуары и очки. Тогда же D&G впервые создают коллекцию для молодежи. С тех пор молодежная линия становится униформой для молодых людей всего мира. Марка эта настолько популярна, что подделки фирменного знака становятся обыденностью, особенно в России и Украине. В наших городах нередко можно увидеть молодых модниц в одежде от D&G, купленной на местном вещевом рынке. В 1996 году дизайнеры создают легендарную коллекцию Animal Prints, которая утвердила в мире моды «звериную» расцветку.

Модельеры готовят около тринадцати коллекций в год, и в каждой из них есть находки, которые можно назвать новаторскими в международной моде. Лучшим считается платье из коллекции весна/лето-1990 – именно тогда появилось черное платье-бюстье. Авторы модели так прокомментировали свое

детище: «Это платье можно считать квинтэссенцией стиля Дольче и Габбана. Нам безумно нравится сочетать святость и искушенность. Корсетированный верх – это искушенность, а черная шаль ручной работы – наивность». В 1995 году утвердили стиль lady-like, покоривший весь мир. На подиуме манекенщицы демонстрировали пай-девочек с аккуратными прическами, одетыми в скромные черные костюмы. Коллекция весна/лето-1996 продемонстрировала миру платья-кафтаны. Длинные, до пола, черные платья без рукавов с капюшонами и высокими разрезами по бокам, на шее – черные шарфы. Эта одежда настолько всех покорила, что на платья-кафтаны сделали заказы 650 магазинов из Европы, Америки и Австралии.

Дизайнеры постоянно ищут новые возможности для самовыражения. В 2002 году на аукционе выставки «Мотор Шоу» в Болонье был продан Citroën C3 под маркой D&G. После успеха этой модели Дом моды и автомобильный концерн заключили контракт на выпуск эксклюзивных машин серии C3 и C3 Pluriel. Салоны машин украшены бриллиантами фирмы Сваровски, для отделки используется кожа высочайшего качества от D&G. Кроме этого, автомобили имеют много не столько функциональных, сколько дорогих «прибамбасов».

Доминико и Стефано всегда дружелюбны и открыты к общению, ни от кого не скрывают ни мыслей по поводу своего творчества, ни своей личной жизни. «Мы можем видеть разные сны, испытывать разные желания, быть одержимыми разными идеями. И хотя, на первый взгляд, они будут принципиально разные, но благодаря особым волнам, которые связывают нас, мы можем преодолеть любые разногласия и прийти к решению – порой весьма неожиданному, но единственно правильному в этой ситуации».

Модельеры более 20 лет жили семьей и считали, что ничем не отличаются от гетеросексуальных пар. Доминико утверждает: «Мы обожаем проводить время вместе, но при этом ценим и уважаем свободу каждого. Никакого домостроя! Я, к примеру, свободное время предпочитаю проводить дома, готовя всякие деликатесы, а Стефано любит вечеринки, ночные клубы, шумные компании. И мы не пытаемся навязать друг другу свой стиль жизни – мы просто умеем ценить все ее стороны». Единственное, чего не хватает им для полного счастья, – возможности иметь детей.

Совсем недавно вездесущие журналисты разнесли слух о распаде знаменитого дуэта. Доминико Дольче и Стефано Габбана опровергли слухи и подтвердили, что будут продолжать работать вместе и в дальнейшем. Доминико заявил: «На профессиональном

уровне мы вместе, наше сотрудничество – это основа нашей империи, наше взаимопонимание позволяет нам продуктивно работать, а наше прошлое навсегда с нами…» И на очередной Неделе Высокой моды в Париже опять появится маленький портновский шедевр от Dolce & Gabbana.

ЕВАНГЕЛИСТА ЛИНДА

(род. в 1965 г.)

Знаменитая топ-модель, отличающаяся необычайной красотой и своеобразием.

Она никогда не скрывала своего возраста, но складывается впечатление, будто эта шикарная женщина попросту смеется над всесильным Временем, поскольку, в отличие от подавляющего большинства своих коллег, абсолютно не меняется с течением лет.

Родилась Линда Евангелиста 10 мая 1965 года в городке Св. Катарины (Онтарио, Канада). Пробиться на модельный олимп ей помогла не столько привлекательная внешность (в данной области красивые лица – отнюдь не редкость), а исключительная, поистине железная воля. Стать моделью Линда решила еще в три года. Оказалось, что такую программу она поставила перед собой раз и навсегда, не меняя своих пристрастий, подобно другим девочкам. Мама будущей звезды подиума постоянно «гасила» в дочери захватнические настроения относительно собственного гардероба, и все равно, возвращаясь домой, регулярно вытряхивала маленькую Линду из своих платьев и туфель. К тому же, кроха постоянно норовила стянуть у родительницы бижутерию и косметику, которые использовала по прямому назначению, но ориентируясь исключительно на собственные

представления о стильности…

Обычно, дорвавшись до «сокровищ» туалетного столика мамы, Линда оказывалась перед богатым выбором: красивая итальянка, эмигрировавшая с семьей в Канаду, регулярно тратила весьма приличные суммы на одежду и косметику. Наконец, не устояв перед натиском собственного ребенка и, в общем-то, одобрив желание дочки вырасти красивой и неординарной личностью, женщина начала водить Линду вначале на уроки танцев, а несколько позже – на курсы «женского шарма». Там девочек учили следить за собой, делать хороший макияж, стильные прически, вырабатывали легкую походку, привычку двигаться красиво. Другие родственники также поддерживали будущую модель, помогали ей получить качественную профессиональную подготовку. Правда, с нечистоплотностью и интригами модельного бизнеса девушке пришлось столкнуться рано, что едва не поставило крест на ее карьере.

В 15 лет Линда стала победительницей местного конкурса красоты Miss Teen Niagara. Она до сих пор с содроганием вспоминает «ужасные подробности этого мероприятия». Тем не менее, Евангелисте предложили поработать в известнейшем нью-йоркском агентстве Elite. Однако Линде пришлось отказаться от контракта – она еще училась в школе и потому не хотела уезжать из страны. Девушка решила для начала попробовать свои силы в торонтском модельном агентстве; но вскоре ей все же пришлось уехать, поскольку руководство отправило ее на работу в Японию.

Прибыв в Страну восходящего солнца, Евангелиста с удивлением обнаружила, что ее поселили в квартире, больше всего напоминающей… бордель! А затем девушку стали принуждать сниматься в обнаженном виде… Когда дело дошло до угроз, решительная канадка обратилась за помощью в посольство своей страны, попросив защиты и потребовав разрыва контракта. После этого Линду в спешном порядке отправили домой. Вернувшись на родину, она мечтала уже о любой профессии – только не о подиуме.

Возможно, в мире стало бы больше на одного врача или юриста и меньше на одну супермодель, если бы в дело не вмешалась мама Линды. Дав дочери время успокоиться и дождавшись ее совершеннолетия, она предложила девушке связаться с руководством Elite. К письму прилагались фотографии Евангелисты. Положительный ответ от агентства не заставил себя ждать, и Линда в сопровождении матери отправилась в Нью-Йорк. Однако ее карьера поначалу никак не складывалась: в моде были роскошные голубоглазые блондинки, так что угловатая шатенка с экзотическим разрезом зеленых («кошачьих») глаз в общее

представление о красоте как-то не вписывалась. Говоря откровенно, она не очень-то и старалась это сделать… «Лед тронулся» только тогда, когда руководство ведущего мирового агентства решило отправить канадку в свой парижский филиал.

Казалось, во Франции Линде наконец удастся добиться популярности, но… В Париже хватало таких же «нестандартных» моделей. А значит, для «засветки» девушке требовался влиятельный покровитель. По счастью, карьерой Евангелисты озаботился сам президент европейского отделения Elite Джеральд Мари. Он способствовал тому, что фотографии Линды замелькали на обложках модных журналов, а сама модель стала появляться на престижных показах ведущих кутюрье. Однако даже поддержка Мари не могла сразу сломать стереотипы. Евангелисту считали уж слишком «экзотичной», так что о настоящем успехе ей приходилось только мечтать.

Ситуация в корне изменилась в течение одного дня. На фотосессии у знаменитого Питера Линдберга парикмахер Жюльен д'Ис все бурчал недовольно что-то нелицеприятное о прическе девушки. Наконец, устав бороться с ее локонами, выведенный из себя мастер решительно зачесал рыже-каштановую копну волос Линды на макушку и… надел ей на голову парик с гладкими короткими прядями. Даже невозмутимый и привыкший ко всему Линдберг просто опешил: внешность модели резко изменилась, в чертах лица проступило что-то манящее, интригующее. Фотограф был категоричен: Евангелисте следует как можно скорее подстричься. Линда не сказала ни «да», ни «нет». Ей необходимо было время на раздумья. Ведь в то время облик высококлассной модели предполагал обязательное наличие роскошных длинных волос… Друзья, знакомые и родственники, естественно, отговаривали девушку от столь кардинальной смены имиджа, но она решила все же прислушаться к совету знаменитого фотографа и… едва не потеряла работу. Увидев Евангелисту с короткой стрижкой, руководство ELITE во время сезона показов исключило девушку из большинства дефиле.

То, что Линдберг не ошибся, стало ясно только в следующем сезоне: оказалось, что в моду неожиданно вошли короткие стрижки, так что Линда, успевшая «засветиться» с ультрамодной прической раньше всех, стала особо популярной. Теперь модные журналы, влиятельные Дома моды, крупные косметические компании и известные фотографы буквально охотились за очаровательной канадкой. Девушка отныне могла себе позволить перебирать контракты, не соглашаясь на первые же предложения о работе. Она даже заявила однажды в интервью: «Мы можем сказать, Кристи Терлингтон и я: мы и не подумаем подниматься с

постели, если нам не предложат за день работы 10 000 долларов». А прямые волосы Линды и поныне являются результатом постоянной «головной боли» модели: ей приходится постоянно выпрямлять непослушные пряди…

Кстати, в вопросе стоимости своих выступлений Евангелиста «прибеднялась»: ее заработки на самом деле значительно превышали указанную в интервью сумму. Пик популярности супермодели пришелся на рубеж 80–90-х годов прошлого века; тогда же очаровательная канадка распрощалась наконец с холостяцкой жизнью. В 1987 году «барышню с характером» под венец повел не кто иной, а сам Джеральд Мари… Удивительно, но президент европейского отделения Elite прощал своей супруге не только беспрестанные эксперименты с собственной внешностью, но и многочисленные романы.

Линда стала первой моделью, которой платили сумасшедшие гонорары только за одно присутствие на каком-либо новом мероприятии. Прически и цвет волос она меняла теперь практически к каждому сезону. Так, на смену знаменитой стрижке «мальчик-паж», сделавшей из рядовой модели звезду, пришла смоляная «каска», затем Евангелиста явилась миру в виде платиновой блондинки. В следующем сезоне она уже щеголяла огненно-рыжими кудрями, после чего вышла на подиум с аккуратным каштановым каре. Затем, постепенно высветляя пряди своей шевелюры, Линда обзавелась белокурыми локонами до плеч. Кстати, в отношении одежды вкусы Евангелисты весьма оригинальны и отличаются полным отсутствием стиля. Она любит «кочевать» из маленького платья в удобный джинс или в мужские брюки и рубашку – по настроению. «Приятно каждый день видеть в зеркале что-то новое!» – смеется Линда.

Единственное, к чему она питает пристрастие, – это круглые серьги и прическа, когда волосы закалываются вверх, открывая шею (а она у модели лебединая!). Но в любом обличье, с косметикой или без нее, эта женщина является самой собой, держится максимально естественно. Перед публикой и в кругу друзей Линда остается цельной личностью, оставляя игру актерам… Знаменитость с удовольствием выражала свой восторг новинками моды, говоря, что наконец-то дождалась рождения индивидуального стиля, который позволяет каждому человеку создавать свой, неповторимый образ. А еще в работах современных стилистов Евангелисту привлекает обилие украшений – сама звезда их очень любит.

Теперь доходы супермодели перевалили за три миллиона долларов, зато брак с Мари превратился в фикцию и трещал по всем швам. Удивительно, как, работая по 300 дней в году,

Евангелиста умудрялась заводить столько романов! А популярность звезды не пошатнули ни развод, ни повальное увлечение моделями в стиле «гранж» и «героиновый шик». Что там говорить, кутюрье и широкая публика простили своей любимице даже потерю модельной формы (вещь в данной области совершенно невероятная)! И дизайнеры, и фотографы поддержали стремление Линды работать моделью в любом возрасте. Так что специально для Евангелисты кутюрье сооружали модели, которые скрывали расползшуюся талию, а на съемках при помощи света маскировали второй подбородок звезды.

При таком отношении к Линде никто не думал, что она способна сама объявить об уходе «на покой». Гром среди ясного неба грянул, когда супермодель отпраздновала свое 35-летие. Появившись на публике (естественно, с новой стрижкой), Евангелиста решительно заявила: она собирается уйти из мира моды, поскольку хочет наконец обзавестись нормальной семьей и родить ребенка… Такое решение оказалось особо невероятным, если учитывать тот факт, что ранее «остепенить» модель не мог никто из ее мужчин. Оставить же подиум Линда решила ради нового супруга – вратаря французской сборной по футболу Фабьена Бартеза.

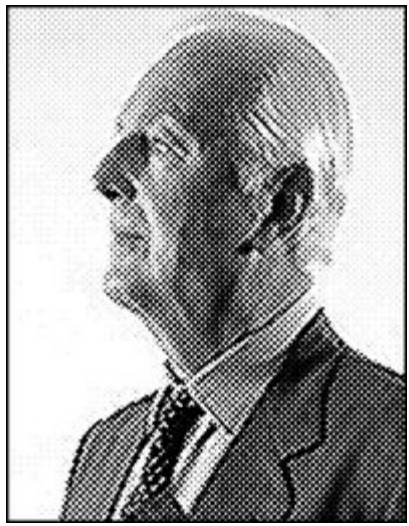
К сожалению, счастье «звездной» пары было омрачено: долгожданная беременность Линды закончилась выкидышем. Однако Евангелиста заявила, что не успокоится, пока не подарит мужу наследника… В общем, Бартезу оставалось немного времени до того момента, когда он сможет ощутить себя счастливым отцом семейства. А бывшая королева подиума уверяла прессу, что лелеет мечту о том, чтобы родить «целую футбольную команду»!

Евангелиста смеется, когда с ней заговаривают о возрасте. Нет, она ни в коем случае не хотела бы вернуться в свои 22! Ведь за прошедшие годы женщина многому научилась, и от такого «багажа» ни один здравый человек отказываться не будет. «Мне хорошо с моими годами», – говорит модель. А красивой можно быть всегда – было бы желание и чувство самоуважения. Ведь чем лучше мы относимся к себе, тем лучше относятся к нам окружающие – утверждение, которое известное каждому, но которое мы как-то ленимся применять на практике.

Кстати, Линда никогда не говорила о том, что больше не вернется в модельный бизнес. Напротив, отдохнув у домашнего очага, она собирается… продолжить карьеру. Что ж, может, ей и в самом деле удастся стать первой и единственной супермоделью «всегда»!

ЖИВАНШИ ЮБЕР (УБЕР) ДЕ

(род. в 1927 г.)



Как его только ни называли: «Единственный рыцарь Высокой моды», «Истинный аристократ и в жизни и в творчестве», «Человек, способный любую женщину превратить в королеву», «Олицетворение элегантности и простоты»… И все это правда. Именно он придумал термин «прет-а-порте» и начал первым создавать коллекции готовой одежды. Живанши одевал красивейших и наиболее известных женщин своего времени, таких как Грейс Келли, принцессу Монако, Жаклин Кеннеди-Онасис, герцогиню Виндзорскую, баронессу Ротшильд. Его главной и, пожалуй, единственной музой была актриса Одри Хепберн. После знакомства с дизайнером она одевалась только у него. Не только в жизни, но и во всех своих фильмах. За их совместное творчество Живанши впервые был награжден знаменитым «Оскаром». Результатом его увлечения дизайном стало декорирование автомобиля «линкольн» и нескольких отелей «Хилтон». Неизменным успехом пользовалось все, что бы он ни создавал. Например, парфюмерной линии Живанши принадлежит создание знаменитых Organza и Amarige. Наиболее ярко о популярности одежды от Живанши свидетельствует тот факт, что на похоронах американского президента Джона Кеннеди все члены его клана были в костюмах дизайнера. А еще, наряду с Диором, он одевал всемирно известную куклу Барби.

Кто-то однажды сравнил Юбера де Живанши с Маленьким Принцем Антуана де Сент-Экзюпери. Мол, он тоже живет в своем придуманном мире. В какой-то мере это действительно так, но только великий дизайнер не ушел в мир грез, а принес его очарование миллионам своих почитателей. Любая женщина в его наряде чувствовала себя сказочной принцессой, верхом элегантности и вкуса. Живанши никогда не подстраивался под время, не стремился попасть в струю. Именно это и отличает настоящего законодателя мод. Его отношение к женщине сродни средневековому отношению к Прекрасной Даме. Ей поклоняются, совершают в ее честь подвиги и не допускают даже малейшего падения тени на ее имя. Причем подобное отношение у Живанши распространяется на весь прекрасный пол без исключения. Именно для этого им и был создан стиль «прет-а-порте» – чтобы любая дама имела возможность почувствовать себя прекрасной. Только не надо думать, что дизайнер попытался превратить индпошив в ширпотреб. Он просто решил последний свести к минимуму.

В отличие от многих своих коллег, Живанши никогда не делал свою личную жизнь достоянием общественности. Попробуем, однако, немного разобраться в его такой насыщенной творческой биографии. Есть все же нечто, что роднит дизайнера с Маленьким Принцем: отец Юбера, Люсьен Таффин де Живанши, принадлежал к тому самому поколению летчиков-романтиков, что и прославленный писатель. И так же, как и он, погиб совсем молодым – его маленькому сыну было всего два года.

Юбер де Живанши родился в доме № 24 по улице Сен-Луи в городе Бове во Франции. Это тогда малопримечательное событие произошло 21 февраля 1927 года. Смерть мужа стала для матери мальчика настоящей трагедией. Только уважая горе матери и понимая, что она этого просто не переживет, Юбер запретил себе мечтать о небе. Чувство полета можно было испытать и на земле – наслаждаясь красотой окружающего мира. Оно доступно не всем, но те, кто на него способен, бывают по-настоящему счастливы. Это – фантазия. Как-то, когда мальчику было всего 10 лет, мама взяла его с собой на парижскую ярмарку. Для нее стало настоящим открытием, что самым привлекательным местом для Юбера оказался павильон моды. В нем были выставлены 30 работ наиболее знаменитых дизайнеров того времени. Будущий великий кутюрье критически осмотрел каждое из творений своих предшественников и, видимо, решил для себя, что в будущем он пошьет еще лучше.

Дело в том, что у Живанши, как, впрочем, у многих детей,

была любимая бабушка. Как и почти все немолодые люди, она не желала расставаться с вещами, которые напоминали ей о прошедших годах. В числе разнообразных бабушкиных сокровищ была и шкатулка с лоскутками тканей от сшитых ею платьев. Именно они и представляли для маленького Юбера наибольший интерес. Это было занимательней любого конструктора, кубиков или солдатиков – разложить разноцветные кусочки ткани так, чтобы было красиво. Эдакий «Набор юного дизайнера». Учитывалось все – цвет, фактура, размер. Неудивительно, что пятилетний ребенок уже безошибочно отличал любую ткань на ощупь. Особенно ему нравился бархат.

Разразившаяся Вторая мировая война только укрепила юношу в его желании стать модельером. Вокруг было столько почерневших от горя и утрат женщин, что невольно хотелось сделать хоть что-нибудь, чтобы принести в их жизнь радость. Однако избранная стезя не очень-то порадовала близких Живанши, полагавших, что он изберет делом своей жизни юриспруденцию. Но как только Париж был освобожден, юноша отправился туда, дабы покорить столицу Высокой моды. В ту пору ему было всего 17 лет. Первой в его карьере стала работа рисовальщиком у очень знаменитого тогда дизайнера Жака Фата. Попутно в 1945 году Юбер поступил учиться в Школу изящных искусств.

В течение последующих шести лет Живанши поменял несколько мест работы, причем все они были у ведущих французских модельеров. Он сотрудничал с Робертом Пиаже, а когда Кристиан Диор оставил должность помощника Люсьен Лелонг, занял его место. Потом его пригласила к себе в ассистенты Эльза Скиапарелли. Она оказалась настолько довольна молодым дизайнером, что назначила его управляющим одним из своих бутиков. Именно тогда и состоял ось знакомство Живанши с одной из женщин, занявших в его жизни особое место. «Однажды к нам в ателье заглянула некая молодая особа, на которую я сразу обратил внимание. После того как девушка примерила несколько платьев, она обратилась ко мне за помощью: попросила устроить ее на работу в ателье. Тогда я пообещал ей, что сделаю это, как только открою собственный Дом. И вот, когда в 1951 году я открыл Дом моды Givenchy, я вспомнил про эту девушку и сделал ее своим личным секретарем. История моих с ней отношений – это долгая и прекрасная история привязанности и любви». Это практически единственный случай, когда мастер приоткрыл завесу тайны своей личной жизни.

Итак, действительно 2 февраля 1952 года Живанши открыл

собственный Дом моды. Осуществить давнишнюю мечту ему помогли родственники, ссудив деньгами, видимо, все же уверившись в его таланте и приверженности избранному пути. Следующий, 1953 год стал переломным в жизни Юбера де Живанши. Именно тогда произошли события, не только принципиально повлиявшие на жизнь самого модельера, но и отразившиеся на всем его творчестве. На суд всего 15 зрителей была представлена первая коллекция только что образованного Дома. Она имела ошеломительный успех. Видимо, это были не простые зрители, но кто они – история умалчивает. Тогда же Живанши познакомился с человеком, который впоследствии стал его другом и учителем. Его он до сих про считает единственным и неповторимым модельером своего времени. Это – Кристобаль Баленсиага. И в том же году дизайнер встретил наконец свою музу, свою Прекрасную Даму, ставшую неиссякаемым источником вдохновения мастера, актрису Одри Хепберн.

На момент их знакомства американская актриса уже снялась в прославившем ее фильме «Римские каникулы», но он к тому времени еще не вышел на экраны. Будущая звезда для искушенных парижских законодателей мод была просто угловатой провинциальной девчонкой. А Живанши моментально разглядел в ней не просто будущую знаменитость, но и человека с врожденным потрясающим чувством вкуса и стиля. Для любого модельера такой клиент – как для ювелира бриллиант чистейшей воды, огранка которого и помещение в достойную оправу навеки прославят мастера. Одри Хепберн заглянула к Живанши, чтобы посмотреть, не найдется ли у него подходящих нарядов для ее нового фильма «Сабрина». Видимо, она уже где-то слышала о его работах. К тому времени наиболее известным его творением была блузка Bettina. Со скромной белизной хлопка контрастировали роскошные черно-белые воланы на рукавах. Она была очень популярна и получила свое название в честь французской модели тех лет Беттины Грациани, которая являлась как бы лицом Дома Живанши.

Как бы то ни было, визит Одри в Дом моделей обернулся многолетней дружбой и сотрудничеством с дизайнером. Как говорится, однажды переступив порог, она осталась в Доме навсегда. Стоит ли говорить, что все туалеты для предстоящей картины Билли Уайддера были заказаны Живанши? Не так давно вышел на экраны римейк этого нашумевшего фильма, поэтому многие представляют сюжет. Героиня отправилась из Америки в Париж и нашла там себя, свой стиль и превратилась из Золушки в принцессу. Пророчески, не правда ли? В 1955 году Живанши получил за «Сабрину» первого «Оскара», Хепберн – славу самой

элегантной женщины своего времени. Богатые и знаменитые клиентки устремились в Дом Живанши.

Именно Одри, как, собственно, и положено музе, уговорила дизайнера (он навсегда остался персональным стилистом актрисы) попробовать свои силы в создании ароматов. Стоит ли говорить, что первые духи были, конечно же, посвящены ей. Они получили название L'Interdit. Актриса была от них в восторге и всегда носила их с собой, что послужило лучшей рекламой образованной в 1957 году компании Parfums Givenchy. Дальше было создание мужских ароматов. Каждая серия духов, создаваемая мастером, оказывалась очень современной, вне зависимости от того, когда они выпускались, – в 1960-е, 70-е или 80-е. Многие из них популярны до сих пор.

Живанши никогда не стремился совершить в моде переворот, его целью всегда было совершенство. Он неоднократно заявлял, что «всегда старался делать вещи чистыми и простыми», подчеркивающими достоинства человеческого тела. Возможно, в этом сказывалось влияние великого испанца, уже упоминавшегося учителя Живанши – Кристобаля Баленсиаги. После смерти Диора он считался ведущим мировым дизайнером. Он привил своему другу любовь к классике и традиционализму, ярким цветам и фактурным тканям. Вместе они создали sack dress – женское платье-рубаху свободного покроя, расшитое тесьмой от плеч до подола. Их имена прочно ассоциировались в прессе, что тоже в немалой степени способствовало успеху Живанши.

Все течет, все изменяется. И кто знает, в лучшую ли сторону. По мнению Живанши, современная мода больше состоит из провокации и шокирования, чем из искусства, и только Ив Сен-Лоран воплощает в себе последнюю цитадель элегантности. Тем несправедливее кажется судьба Дома Живанши. Дело в том, что дизайнер был вынужден продать его в 1988 году финансовой группе LYMN. За ним сохранялось право художественного руководства своим детищем в течение семи лет. Увы, хотя в мире Высокой моды принято сохранять стиль Домов подобного уровня, хозяева не одобрили кандидатуру нового руководителя, предложенную самим Живанши. В результате ведущим дизайнером был назначен Джон Галлиано, который, несомненно, талантлив, но работает принципиально в ином направлении. Видимо, поэтому он и не задержался на данном посту. Однако на смену ему пришел Александр Маккуин, который первым делом с гордостью заявил, что не видел ни одного фильма с Одри Хепберн. Как при этом он собирался продолжать стиль Дома, – непонятно. Неудивительно, что многие назвали подобный выбор «идиотским». Впрочем, довольно скоро дизайнером Дома стал

Джулиан Макдоналд. Он продержался три года, и ему на смену пришел Озвальд Боатенг. Сколько ему занимать этот пост, покажет время. Пока же ясно, что по ту сторону Ла-Манша не особо прочувствовали настоящий французский шарм.

Сам Живанши со времени своего прощального показа 11 июля 1995 года ни разу не переступил порога своего бывшего Дома моды. Он не скрывает, что отдает предпочтение более классическому стилю. Ведь не зря мастер удостоен «Золотого наперстка». Ему по душе, например, сшить костюмы для Большого театра (как, например, недавно для спектакля «Жизель»). Кроме того, дизайнер является почетным председателем парижского филиала аукционного дома Christie. Несмотря на свой более чем солидный возраст, это до сих пор очень красивый, высокий, подтянутый мужчина.

Никаких документальных подтверждений аристократического происхождения Живанши не сохранилось. Но стоит только взглянуть на самого мастера и его работы, всякие сомнения отпадают. Актеры, глядя на него, могли бы многое позаимствовать для исполнения роли какого-нибудь благородного графа или герцога. Все, за что бы на протяжении жизни ни брался Юбер де Живанши, являлось олицетворением бесконечной элегантности и безукоризненного вкуса. Есть вещи, которым нельзя научиться, подсмотреть или перенять. Это в крови, в натуре, в генах. Поэтому, как бы то ни было, Живанши навсегда останется единственным и неповторимым аристократом высокой моды.

ЗАЙЦЕВ ВЯЧЕСЛАВ МИХАЙЛОВИЧ

(род. в 1938 г.)

Модельер, художник, поэт, президент Московского Дома моды, член Союза художников РФ, заслуженный деятель искусств РФ, лауреат Государственной премии, кавалер ордена «За заслуги перед Отечеством», профессор, почетный гражданин Парижа и Иваново. Человек года в мире моды. Первый русский кутюрье, признанный во всех странах, и единственный из россиян, кто победил в конкурсе «Пять лучших модельеров мира».

Вячеслав Зайцев начал создавать свою моду в те времена, когда простые советские люди еще не отличали от кутюр от прет-а-порте. Сейчас многое изменилось. Все знают, что одежду от Зайцева можно купить – достаточно отправиться в его бутик на проспекте Мира. Вещи там хоть и дорогие, но вполне носибельные, качественные и строгие. Сегодняшний Зайцев немного отличается от того, каким он был в молодости. Исчезли роскошные наряды, от которых теряли голову богатые иностранные туристки, но богатство форм и оттенков осталось. Более того, стиль Зайцева сегодня без них немыслим.

В новом тысячелетии маэстро воплощает все ту же идею, которая вдохновляла его в течение сорока лет: «Вся моя жизнь в индустрии красоты связана со стремлением постичь тайны Гармонии, с поиском путей в их проникновение. Из года в год,

работая над новыми коллекциями, я с радостью приношу возникающие идеи новых приемов оформления одежды и новых цветокомбинаций в дар Женщине». В погоне за гармонией Зайцев все реже делает что-либо экстравагантное и новое. Даже его коллекции от кутюр, в которых другие дизайнеры позволяют себе любое сумасбродство, предназначены для реальных женщин. Вещи, безусловно, не ежедневные, но тем, кто их будет носить, не угрожает репутация чудачек.

Будущий кутюрье Вячеслав Зайцев родился 2 марта 1938 года в городе Иваново, прославленном центре русского ткачества, в семье рабочих – Михаила Яковлевича и Марии Ивановны Зайцевых. Детские годы во многом повлияли на формирование личности маэстро. В основе сегодняшней раскованности прославленного модельера, его импульсивности, непредсказуемости, иногда капризности, жесткости, повышенной требовательности к людям и невероятной работоспособности лежит глубочайшее одиночество, преследовавшее его с детства на протяжении всей жизни.

Случайный, нежданный ребенок, он рос в послевоенном Иваново под присмотром матери. Правда, она все время работала, мыла подъезды и стирала белье, чтобы прокормить своих детей: «В детстве мама хотела иметь по дому помощницу, поэтому воспитывала меня почти как девочку. Учила готовить, убирать квартиру, вышивать подушечки для дивана, стирать, гладить. Я очень любил маму и не спорил, хотя все это было мне не по нутру».

Отец на фронте попал в плен, и дети прозвали Славу сыном предателя. Голодный и оборванный, униженный, но не сломленный Зайцев находил в себе силы улыбаться миру. Однажды, когда Славе было лет десять-одиннадцать, он с подругой Варей пошел вечером в городской парк и нарвал там цветов: «Опасно было – а что, если бы поймали! Зато на следующий день я зарисовал эти цветы, чтобы сделать рисунок для вышивки. Он был, конечно, наивным, но маме понравилось, она меня хвалила».

Это стало стимулом, началом приобщения к красоте окружающей природы. Он пел, танцевал, декламировал во Дворце пионеров, в 14 лет сыграл в Ивановском драмтеатре Сережу Каренина, а чуть позже – Митю Ульянова – брата Ленина.

Актером он не стал, а, окончив семь классов средней школы, в 1952 году без всякой подготовки поступил в Ивановский химико-технологический техникум на факультет прикладного искусства.

«Солнечный зайчик» – так звали его знакомые – должен был

часами рисовать ягодки, цветочки и листики, выписывая акварелью малейшие жилочки. С тех пор он ненавидит гвоздики и обожает белые орхидеи, «которые так роскошно цветут и умирают». Рутинное обучение в духе социалистического реализма принесло неожиданные плоды: вместе с азами техники Зайцев впитал отточенность мастерства.

Четыре года он изучал тайны искусства рисования цветов и орнаментов для тканей. Так началась его профессиональная карьера: «Главное, я думаю, найти свой путь в жизни, свое предназначение. А затем, убедившись, что в этом деле вы видите свой смысл бытия, вы живете страстно и увлеченно, занимаясь любимым делом, – не сворачивайте с выбранного пути. Стремитесь всю жизнь к познанию тайн Совершенства. Проникайте в окружающий вас мир природы. Открывайте для себя мир искусства ушедших цивилизаций. Копируйте понравившиеся вам рисунки и картины. Фиксируйте в рисунках все, что вас привлекает. И не бойтесь неудач! Рисуйте много. Количество обязательно перейдет в качество».

В 1956 году Слава с отличием окончил техникум, получив специальность «художник по росписи тканей». Пытливый по натуре, он всматривался в жизнь, все более понимая, что красивая одежда придает людям уверенность и вселяет в них хорошее настроение. Желание дарить окружающим красоту и радость, одевая их в модную одежду, вызревало в нем как поиск его будущей профессии.

После окончания техникума как одному из лучших выпускников Зайцеву предложили продолжить обучение в Московском текстильном институте. Он едет в столицу и поступает на отделение моделирования одежды факультета прикладного искусства, где сразу же обращает на себя внимание. Преподаватели отмечали редкое для молодого художника сочетание усидчивости и одаренности.

Уже в институте он выступал одновременно в роли модельера и демонстратора одежды. Слава показывал и носил очень нестандартные вещицы, что по тем временам было весьма рискованно. Его наряды частенько шокировали педагогов и сокурсников, но чуть позже аналогичные модели входили в моду. Историк моды искусствовед М. Н. Мерцалова в книге «Поэзия народного костюма» в качестве примера описала случай появления студента Славы Зайцева в пальто «по мотивам Гольбейна». Фасон возник в его воображении во время изучения портретов знаменитого художника.

В конце пятидесятых годов не только студенты, но и дипломированные художники имели весьма скудное

представление о мировой моде. Информация на эту тема была большим дефицитом. Зайцев настойчиво штудировал все иностранные журналы мод, которые можно было отыскать. Он познакомился с творчеством признанных кутюрье, восхищаясь красотой и высоким вкусом их моделей. Его захватило творчество Пуаре, Шанель и Диора – выдающихся скульпторов ткани, сумевших выразить свою эпоху в образцах непревзойденного совершенства: «В студенческие годы я выбрал их себе в учителя. Но никогда не копировал, а только сверял сделанное с той гармонией, которую заключали в себе оставленные ими шедевры».

Добиться мастерства в рисунке было одной из важных задач молодого дизайнера. Самое пристальное внимание в годы учебы Слава уделял народному искусству, для чего ездил на Русский Север и в древние города. Рано обнаруженное тяготение к Высокой моде соответствовало природе его дарования, его внутреннему складу – врожденной тонкости, склонности к фантазии, изяществу, отличавшему пластику его моделей. Этим и было обусловлено желание выполнить модели нарядной одежды в качестве своей дипломной работы.

В 1962 году Вячеслав с отличием окончил институт и получил распределение в подмосковный город Бабушкин на Экспериментально-техническую швейную фабрику Мособлсовнархоза. Там он занял должность художественного руководителя.

И тут же произошел первый скандал, связанный с именем Зайцева. Опережая свое время, он создал коллекцию спецодежды для работниц сельского хозяйства. Очень смелую по меркам тех лет, с элементами народного творчества в крое и цветовой гамме. Эти модели не соответствовали тогдашним представлениям о внешнем виде женщин физического труда. Образ румяной доярки в изящной, красивой и чистой спецовке как-то не вписывался в «декорации» советского коровника. Не удивительно, что после бурного обсуждения коллекция была отвергнута методическим советом.

Но мир все же увидел эту работу. Журнал «Пари Матч» поместил статью «Он диктует моду Москве» с фотографиями моделей Зайцева. Благодаря этой публикации через три года автора запрещенной коллекции разыскали Марк Боан из Дома Диора и Пьер Карден, приехавшие в Советский Союз с деловым визитом. К этому времени Вячеслав уже настолько убедительно проявил свой талант в создании модной женской одежды для торговой сети, что ему предложили должность художественного руководителя экспериментально-технического цеха

Общесоюзного дома моделей одежды на Кузнецком мосту.

Творчество молодого коллеги из СССР произвело на парижских кутюрье большое впечатление. Карден, Боан и Ги Лярош признали Зайцева достойным собратом по профессии. Об этом свидетельствовала статья «Короли моды» в газете «Вумен Веар Дейли». Однако «равным среди равных» мэтр Зайцев станет только через четверть века, когда ему исполнится 50 лет.

А пока Зайцев, как мог, пытался закрепить свое «присутствие» в мире международной моды. На московском Всемирном фестивале моды в 1967 году Вячеслав получил Гран-при за платье «Россия», и зарубежная пресса присвоила ему за это титул «Красный Диор». Следующий триумф состоялся через два года. В нью-йоркском Музее современного искусства демонстрировалась коллекция моделей женской одежды В. Зайцева, сшитая из тканей американской фирмы «Селаниз». Успех был настолько ошеломляющим, что принимающая сторона предложила советским представителям открыть модные магазины Зайцева в разных странах. Но это предложение было отвергнуто.

На Кузнецком мосту Вячеслав Зайцев проработал тринадцать лет. Его знаменитая «Русская серия» с успехом демонстрировалась в США, Канаде, Японии. Франции, Югославии, Италии и других странах. Но эти показы, увы, проходили без участия автора – все это время Зайцев был «невыездным». Очевидно, власти боялись, что талантливый модельер останется на Западе, и не выпускали его из «страны победившего социализма» по политическим причинам.

Вячеслав четко представлял свои профессиональные цели и, отстаивая свою позицию на практике, подготавливал почву для восприятия моды как эстетической части окружающей среды. Будучи по натуре активным пропагандистом, он отдал много сил, борясь с непониманием роли художника в жизни общества, занимался просветительством, приобщая людей к эстетике одежды, писал, выступал, устраивал показы моделей в больших аудиториях, привлекая внимание партийных аппаратчиков и рядовых граждан к проблемам моды.

В то время в Советском Союзе мода была «буржуазным пережитком»: «Я стал творить в короткую и славную эпоху хрущевской оттепели, отмеченную взлетом разнообразных талантов, поисками новых путей в искусстве. Этому нравственному кодексу интеллигенции я верен до сих пор. Я не принял “конформистских” правил “застойного” времени, выбрал бескомпромиссный путь отстаивания права творить, как хочу. Я всю свою жизнь самоутверждался через тяжкий путь и выстрадал, наконец, право на свободу мышления. Правда, эта свобода далась

мне ценой многолетней схватки с рутинными чиновниками ведомств и произволом официальных лиц».

Многостороннее дарование талантливого модельера позволило ему развивать творческий поиск в разных направлениях. К 70-м годам искусство Зайцева достигло наиболее высокой концентрации его творческих возможностей и, синтезируя в себе широкие интересы художника, стало выявлять в каждой модели неповторимый, уникальный почерк своего автора. Его замыслы и проекты приобретали все больший масштаб, хотя внешне трудовая жизнь мастера представлялась более чем скромной.

Начиная с 1970 года Вячеслав много работал в театре. Значительную и многолетнюю область его творческой деятельности составляли театральный костюм, сценография, театральный плакат. Первым спектаклем, к которому им были разработаны костюмы, стала «Женитьба Фигаро» в Московском Театре сатиры. Потом Зайцев делал спектакли в других столичных театрах, а также в театрах ГДР, Венгрии, США – для звезд Бродвея. Много работал в кинематографе, на телевидении, для эстрады и спорта. Зайцевым были созданы костюмы для участников Московской олимпиады, за что он был удостоен ордена «Знак Почета». Коллекции, созданные им, широко демонстрировались не только советской публике, но и во многих странах мира.

Вячеслав Зайцев проявил себя не только как блестящий практик, но и как талантливый педагог. В 1979 году он начал преподавательскую деятельность в качестве доцента, а позднее профессора кафедры моделирования одежды на факультете прикладного искусства Московского технологического института. В 1980 году вышли в свет две его книги – «Такая изменчивая мода» и «Этот многоликий мир моды». Зайцев выступал и в амплуа журналиста, опубликовав сотни статей в периодической печати, посвященных моде и ее актуальной проблематике. Кроме того, художник вел постоянную рубрику о моде на страницах газеты «Труд», еженедельные передачи на радио, постоянно участвовал во многих телевизионных программах.

Покинув Общесоюзный дом моделей на Кузнецком мосту, Вячеслав в скором времени связал себя с Московской фабрикой индивидуального пошива № 19, на базе которой работал над модным ассортиментом вновь открываемого «Дома моды на проспекте Мира». Его художественным руководителем он стал в 1982 году, а через шесть лет на общем собрании коллектива был единогласно избран директором.

В этот период главной целью Зайцева было спасение Дома

моды от подчинения городской службе быта. Став в Советском Союзе первым Домом моделей европейского типа, этот «Дом моды на проспекте Мира» вскоре получил имя своего основателя. Именно здесь с начала 80-х годов и по сей день мастер работает над известными далеко за пределами России авторскими коллекциями одежды.

В московском Доме моды Зайцев создал первое в стране шоу – профессиональный Театр моды, руководителем которого он остается и сегодня. На начальном этапе коллекция Вячеслава не имела отношения к производственной индустрии: «Мы обыгрывали костюмы разных исторических эпох: хотелось почувствовать самим и показать зрителю, как в этой одежде можно жить, двигаться, общаться». Готовя программу, он говорил манекенщицам: «Не старайтесь примерить костюм, попробуйте примерить соответствующее к нему состояние души». Ему хотелось, чтобы это передалось каждой женщине: «Каждой своей новой работой я звал их к Красоте, хотел заполнить пустоту, от которой страдали женщины моего детства. Подарить сильнейшее переживание – радость созерцания прекрасного искусства костюма. И люди уходили с моих шоу радостными. Правда, поначалу они недоумевали. Пришли смотреть моду, а им вдруг показывают какие-то непонятные костюмы, разыгрывают сценки, пляшут. Но потом – долгие овации».

«Дом моды Славы Зайцева» давно перерос свое первоначальное назначение – по существу он является центром моды России. Интересно, что за все время своего существования он не имел никакой спонсорской поддержки, ни от государства, ни от частных лиц, что неоднократно подчеркивал Вячеслав в своих интервью.

Самый известный советский модельер по-прежнему представлял свои коллекции за рубежом, не принимая в показах личного участия. Впервые он посетил столицу мировой моды только в 1988 году, по приглашению старейшины французских кутюрье мадам Карвен. Его коллекция «Русские сезоны в Париже», демонстрировавшаяся в Театре Мариньи, имела огромный успех. Помимо этого, предоставление «Красному Диору» права на показ своих коллекций в период «Сезонов от кутюр» означало, что он был признан «равным среди равных» в мире Высокой моды. Тогда же, по инициативе мэра Парижа Жака Ширака, Зайцеву вручили медаль и диплом Почетного гражданина города.

В 1989 году Парижский театр моды Мезон де Кутюр провозгласил Зайцева «Человеком года в моде». В том же году он одержал победу в фестивале «Лучшие пять модельеров мира-90» в Токио, участником которого вместе с ним были известные

мастера из Франции, Италии, США, Японии. С тех пор Зайцев постоянно участвует в международных конкурсах моды, председательствуя или будучи членом жюри их руководящих органов. Благодаря ему российская мода органично вошла в международное русло, являясь по своей природе интернациональным искусством.

Учитывая неподдельный интерес к творчеству Зайцева на Западе, издательство «Новости» в 1992 году выпустило о нем книгу на английском языке «Ностальгия по красоте», а издательство «Имидж» – альбом его графики «Я всем обязан провидению», в котором, помимо рисунков, были опубликованы стихи художника. В апреле того же года филиал мирового лидера косметики Л'Ореаль запустил в производство духи «Ма Рус» (которые все называют просто «Маруся») – первые духи русского модельера, названные им так в честь любимой матери и внучки. Маруся – это все, что осталось у Зайцева от семейной жизни. Его брак не удался: жена Марина родила ему сына Егора, а теща разлучила с семьей. После очередной командировки она просто не пустила Славу на порог дома. С тех пор он был один, а когда Егор вырос, отец привлек его к своей работе и обучил азам мастерства.

Следом за духами сразу же было выпущено продолжение проекта «Маруся» – кремы, лосьоны, дезодоранты, мыло. В следующем году по эскизам русского кутюрье в Бельгии была изготовлена экспериментальная партия стульев, а французская фирма «Ревийон» реализовала совместный проект – одежду от кутюр из меха и тканей.

В 1993 году Зайцев стал президентом и председателем жюри ежегодного российского Конкурса отечественных тканей и коллекций моделей «Текстильный салон» в Иваново. Он выступал на семинарах, консультировал художников, стал инициатором проведения в Иваново фестиваля «Детская мода», участвовал в защите студенческих дипломных работ. Его высокий авторитет придавал этой деятельности целенаправленный характер, содействуя профессиональному воспитанию модельеров, педагогов и учащихся швейной отрасли, приобщению творческих и технических кадров к проблематике моды. В 1995 году Вячеславу Зайцеву был вручен первый приз «Золотой манекен» на Неделе Высокой моды в Москве, звание лучшего модельера года «Овация» и приз «Золотая игла» на Российском фестивале моды в Сочи.

Сегодня Зайцева многие считают консерватором, а в начале карьеры его называли модельером «не от мира сего». По этому поводу маэстро говорит: «С годами человек любой профессии

выбирает для себя какой-то конкретный путь, который дает ему возможность не разбрасываться по мелочам. Я работаю для элегантных женщин и считаю, что классический стиль в одежде является хорошим вкусом. Из его старой азбуки я пытаюсь складывать новые слова. Моя классика близка к английскому стилю, но в ней можно встретить элементы романтизма, сексуальности, рафинированности, вальяжности, утонченности, спортивности. Конечно, я себя ограничиваю! У меня есть масса эскизов, где я ломаю себя, полностью отрицаю то, что делаю. Но этого никто не видит. Это, конечно, насилие над личностью, но я избрал свой путь. Карден сказал мне: “Иметь свой стиль – это огромное мужество”. Я руководствуюсь этой фразой всю жизнь».

Московский Дом моды, руководимый Вячеславом Зайцевым, стал подлинным центром воспитания хорошего вкуса, а его Театр моды – убедительной зрелищной формой пропаганды красоты. Во многом благодаря усилиям Зайцева русские модельеры вышли на мировой уровень, заняв достойное место рядом с французами и итальянцами – признанными законодателями моды. Канада, Финляндия, США, Германия, Индия, Швеция, Австрия, Италия – вот далеко не полный перечень гастролей театра.

Основной темой творчества Вячеслава Зайцева как художника-модельера остаются поиски гармонии содержания и формы, соответствующие эстетическим моральным критериям общества на данном этапе его развития. Прославленный кутюрье постоянно стремится доказать, что человек способен не только созидать красоту, но и быть образцом этого прекрасного мира, не засорять своим видом окружающую среду – природу и общество, а гармонично вживаться, вызывать восхищение людей совершенством формы и богатством цветовой палитры, согласованной в деталях.

Зайцев считает себя «романтическим трагиком»: «Моя душа, мои порывы всегда на пиковой отметке. Это находит свой выход в живописи, в поэзии, творчестве. Я нахожусь очень часто на грани конфликтности с собственной природой и действительностью. Я ищу идеалы и часто не нахожу, но я счастлив, что мой возраст не умалил полноты моей жизни и интереса к ней, не погасил эмоциональной напряженности моих чувств. Я работаю непрерывно, без выходных и практически без отпуска. Мне Бог очень много дал, и я хочу успеть все отдать людям!»

ЗВЕРЕВ СЕРГЕЙ АНАТОЛЬЕВИЧ

(род. в 1965 или в 1967 г.)

Он талантлив несомненно, и талантлив во всем. Всемирно известный топ-стилист, визажист и ведущий модельер причесок и одежды, абсолютный чемпион Европы и чемпион мира по парикмахерскому искусству, четырехкратный обладатель российской национальной премии «Овация». Он работает со звездами эстрады, видными политическими деятелями, разрабатывая их имидж. Среди его клиентов – Ирина Понаровская, Наталья Ветлицкая, Валерий Леонтьев, Анжелика Варум, Майя Плисецкая, Алла Пугачева. Кроме того, он прекрасно рисует и занимается фотографией. Несмотря на свой возраст, Сергей, который сам себя называет «подданным красоты», уже является живой легендой – и наверняка нет человека, который интересуется модой и в то же время ничего бы не слышал о Сергее Звереве.

Биография Сергея Зверева не укладывается в общие рамки жизнеописания: родился, учился, вырос… Он еще достаточно молод, но сколько ему точно лет – знают только его близкие люди. Он может говорить о себе, но при этом ничего не конкретизирует. «Вообще о семье я практически никому ничего не рассказывал, не называл дат, – признается он. – Я не люблю про это… Момент рождения, женитьбы, рождения ребенка, разные поля, разные взгляды… Я очень суеверный. Зная эти числа, эти

вещи, можно положительно или отрицательно влиять на человека. Поэтому я по возможности отхожу в сторону. У меня есть для этого основания». Что ж, он имеет на это право. Итак, никакой привязки к датам. И множество воспоминаний…

Когда Сергей родился – точно неизвестно, это был не то 1965, не то 1967 год, но произошло это событие в небольшом городке Култук Иркутской области. «Когда говорю о Култуке, сразу вспоминаю ясли. Мне было 4 года, мы идем в лес за ягодами. Перебрались через железнодорожные рельсы и оказались в лесу. А там земляника… И вот помню, какая-то опушка, где мы собираем ягоды и поем: “Солнышко во дворе, а в саду тропинка, сладкая ты моя, ягодка малинка”. И потом либо папа, либо мама меня забирали домой. Домой я приходил такой уставший, но счастливый, с букетиком ягод! У меня было такое счастливое детство, какое-то ягодное», – говорит Сергей.

«К сожалению, мое детство было короткое», – продолжает он рассказ. Когда ему исполнилось шесть лет, умер отец, которого Сережа очень любил и считает, что тот его «ведет по жизни и защищает до сих пор». Через год-полтора мама, Валентина Тимофеевна, снова вышла замуж. «Она у меня сибирская девушка, – это опять Сергей. – Блондинка, светлые глаза, голубовато-зеленые. Сколько я помню, она всегда была женщина со вкусом, стройная, подтянутая, эффектная, яркая. Сама она из детского дома, поэтому к большинству вещей очень строго относится. Мама считает, что все должно быть правильно, вовремя. Это она передала и мне, и именно эта дисциплина и помогла мне в жизни быть достаточно собранным. Вся активность, энергия у меня от мамы… Ее сила воли, поддержка очень помогают мне. Говорят, что не только характером, но и внешне я похож на маму. А если сын похож на мать, значит, счастливый!»

Сразу после свадьбы отчим собрал семью – жену, Сергея и его брата Александра – и перевез в Усть-Каменогорск, что в центре Восточно-Казахстанской области. С братом, который был старше на два года, Сергей не был особенно дружен. «Оно так получалось, что когда я рос в семье, он рос у бабушки. И наоборот. Мы с ним мало пересекались, я даже не могу сказать, что у меня явно была к нему любовь как к брату. Нет, такого не было… Брат был светленький. Очень здоровый, спортивный, физически развитый человек, приспособленный к суровым климатическим условиям Сибири, чего я не могу сказать о себе», – вспоминает Зверев сегодня, когда Александра уже нет в живых – он погиб несколько лет назад, оставив после себя двоих детей.

Сережа очень рано начал интересоваться модой. С первого класса в школе его сажали только за первую парту как «самого красивого мальчика в классе». Он каждый день ходил в школу в белой накрахмаленной рубашке, чистый и выглаженный, и его учителям и одноклассникам было понятно: Зверев станет звездой. Потому что мальчик будто весь светился изнутри. Сергей не мечтал быть модельером или парикмахером: «Заниматься платьем порознь от головы или же макияжем и прической отдельно от одежды мне было скучно». Он хотел заниматься всем в комплексе, хотя профессии стилиста в то время еще не существовало. Начал Сережа с того, что подрисовывал лица кинозвездам на фотографиях в модных журналах, а затем рисовал, вырезал и «примерял» к ним разные прически и костюмы, потому что на них «все время было что-то недоделано. Если прическа нормальная – платье уродское. Если платье ничего – туфли страшные. Если и платье, и туфли подобрали – значит, макияж ужасный».

После школы пришлось выбирать. Не зная, с чего начать, Сергей начал… с «головы». В буквальном смысле слова. Окончив восемь классов, он подал документы в ПТУ на парикмахера. Однако в училище его взяли не сразу: мальчик показался «чересчур субтильным». За него заступилась преподаватель Марина Ивановна Кердывар, которая потом очень многому научила Сергея. «У нее было двое детей примерно моего возраста, которых парикмахерское искусство не интересовало, – вспоминает Зверев. – Наше общение строилось так: после официальных занятий я приезжал к Марине Ивановне домой, ее “бандиты” отправлялись играть кто в футбол, кто в хоккей, а она кормила меня и продолжала учить работе с расческой и ножницами. Спустя шесть месяцев я стал лучшим в училище. А после первого года учебы лидировал на городском конкурсе парикмахеров, где моими соперниками были мастера с 10–15-летним стажем».

Дальше – больше, и, будучи студентом второго курса, Сергей Зверев попал на всесоюзный конкурс, который проходил в столице Казахстана Алма-Ате. Там произошла вторая судьбоносная встреча в жизни молодого человека. Во время конкурса он познакомился с Долорес Кондрашовой, которая тогда являлась художественным руководителем московского Центра моды причесок. Она пригласила талантливого юношу в Москву, но тот отказался: «К тому времени я уже был “звездой” Усть-Каменогорска, завел знакомства, связи, чувствовал себя уверенно. Ехать никем в никуда, казалось, не имело смысла».

Но спустя несколько лет он все же поехал в Москву. Зверев к

тому времени уже закончил обучение в ПТУ и поработал на местном комбинате бытовых услуг. Но когда Сергей снова встретился с Долорес, он уже стал «столичной знаменитостью», получил образование еще по двум специальностям – декоративная косметика и дизайнер по одежде – и начал работать. Среди его клиентов были в основном эстрадные звезды и телеведущие. «Случалось, в конце рабочего дня не мог закрыть сумку. Приходилось сначала посидеть на ней, чтобы примять купюры. Расстаться с такой денежной работой было нелегко, но когда пришел к Долорес в лабораторию, увидел команду… Я человек азартный, а они все время в поиске, переживают, готовятся к чемпионатам». И Зверев согласился.

Так началась настоящая работа. Сергей стал непременным участником различных чемпионатов, в том числе Европы и мира. А Долорес, по сути, была его первым тренером. «Она меня заметила и вывела на международный уровень, где я познакомился с элитными тренерами: Робертом Вельнером из Австрии, Вернфридом Штеммером из Германии, Николя Эндрисом из Франции. Я получил уроки, что называется, из первых рук. Потом в Париже чудесным образом попал в роскошный Дом моды. Работал там и учился, причем совершенно бесплатно. Это была для меня хорошая школа», – говорит Зверев. В этих выступлениях было очень много от спорта. «Я, безусловно, чувствую себя спортсменом, – признается Сергей в одном из интервью. – Представьте себе, за один выход на сцену я теряю до четырех килограммов…»

Об этом тогда не писали, но к 1996 году Зверев получил Гран-при практически во всех странах мира. А потом награды просто посыпались на него. 1996 год – он – вицечемпион Европы; 1997-й – абсолютный чемпион Европы. А в 1998-м Зверев стал чемпионом мира. Теперь в салоне знаменитого топ-стилиста на 1-й Тверской-Ямской в Москве наград столько, что они едва вмещаются на его витринах. И вот вам собственная оценка мастера: «Я достиг уже потолка. Дальше некуда. Выше уже нет ничего, ничего не бывает!»

Сейчас Зверев продолжает работать вместе с Долорес Кондрашовой, человеком, который дал ему, по его словам, дорогу в мир. Теперь в компании «Wella-Долорес», где Сергей является арт-директором, они вместе составляют план обязательных мероприятий на год – его участие в различных фестивалях и чемпионатах. А всем остальным временем он распоряжается по собственному усмотрению.

«Мое счастье – в труде», – любит повторять Зверев. Даже больше. Можно сказать, что вся его жизнь – это труд. Сейчас

знаменитый стилист работает со многими известными в России людьми, среди которых – не только звезды эстрады, но даже политики. Наверное, нельзя сказать – «его услугами пользуются», скорее, «в его руках побывали» Валерий Леонтьев, Алла Пугачева, Людмила Гурченко, Ирина Понаровская, Лайма Вайкуле, Дмитрий Маликов, Валерия, Анжелика Варум, Филипп Киркоров… Сергей Зверев чувствует, что необходим им: «Они приходят ко мне, как к врачу. Чаще всего – это артисты, вернувшиеся с гастролей. Приходят на нулях, я имею в виду энергетическое поле. Делаю все для того, чтобы они отдохнули, привожу их в порядок и отпускаю на новый круг, в очередной виток их жизни. В этом моя работа похожа на работу медика, потому что для хорошего самочувствия надо иметь не только (и не столько) красивую прическу. Это я давно понял и решил заниматься комплексной стилистикой. Мне тесны рамки парикмахерского искусства».

Кроме работы с клиентами и выступлений уже много лет Зверев тренирует российскую сборную парикмахеров. Поэтому неудивительно, что на себя ему «всегда не хватает ни сил, ни времени, ни желания». Хотя профессия накладывает свой отпечаток. Сергей вынужден постоянно быть в форме, постоянно хорошо одеваться, хорошо выглядеть, постоянно меняться. У него почти не остается времени на семью, которая у него сейчас состоит из мамы и 11-летнего сына, тоже Сергея, оставшегося без матери после ее гибели в автомобильной катастрофе. «Если хочешь чего-то добиться, про личную жизнь надо забыть», – уверен Сергей, хотя и старается уделять по возможности внимание сыну. «А еще моя семья, – продолжает он, – это директор, пресс-атташе, несколько костюмерш, продюсер, люди, без которых я не могу обойтись. Личная жизнь и профессия – все должно быть в меру». Но где она, эта мера? Сергей ложится всегда очень поздно и мало спит. Выспаться вдоволь – это одна его мечта. Вторая – о собственном доме, который будет напоминать о детстве в далеком сибирском городке. Но Зверев считает, главное – не в этом: «Самое большее, из-за чего я сделал себе имя, не люди, за которых я зацепился, а руки, которые у меня есть. Таких рук нет ни у кого. Останься я сейчас на улице без ничего, сгори у меня это, это, это, исчезни это, я останусь. Если у меня останутся мои руки, я сделаю все то же самое, и даже лучше».

КАРАВАЙ ИРИНА

Известный украинский модельер и дизайнер, чьи работы успешно продаются в Киеве, Днепропетровске, Москве и Санкт-Петербурге.

Это имя сравнительно недавно появилось среди имен признанных представителей элиты украинского моделирования и дизайна. Но тем не менее, Каравай едва ли не быстрее остальных своих коллег «набирает обороты», завоевывая внимание публики и специалистов и постепенно переводя Высокую моду с подиумов на городские улицы. И надо сказать, ей это вполне успешно удается…

Ирина с детства считалась очень талантливым ребенком. Окончив школу, девушка, которая хорошо рисовала и хотела стать профессиональным модельером, отправилась в Киевский национальный университет технологии и дизайна постигать азы своего любимого дела. После того как диплом специалиста наконец-то оказался у Каравай в руках, она решила попробовать объединиться с одной из своих подруг, чтобы организовать собственную фирму. Естественно, что подобные предприятия не могут долго существовать без солидной спонсорской поддержки, только на голом энтузиазме своих создателей. Вот и фирма Ирины стала бы такой же «однодневкой», если бы не владелица Nota Bene Татьяна Ярошенко: именно у нее Каравай регулярно покупала ткани для создания новых моделей одежды. Ярошенко заинтересовалась творчеством молодого дизайнера; в результате была организована новая киевская марка «Nota Bene – Каравай», благодаря чему Ира смогла принять участие в конкурсе «Новые имена», на котором представила свою небольшую авторскую коллекцию. Появление нового оригинально мыслящего дизайнера не прошло незамеченным в мире моды; на следующий год для участия в модных «Сезонах…» Каравай подготовила более серьезную коллекцию. А спустя пару лет мастер, которая приобрела уже определенную популярность, перебралась в Москву, где произвела своими работами настоящий фурор. Теперь Ирина явно стала более уверенной в себе и своих силах, а ее модели избавились от определенного налета «детскости», производя впечатление зрелости таланта своего создателя. Сложные, интересные вещи, которые поразили видавших виды москвичей, отличались серьезным и креативным подходом; они оказались также на удивление хорошо продаваемыми…

Хотя мастер давно живет и работает в Москве, она, тем не

менее, охотно использует в своих коллекциях элементы традиционной украинской одежды (в основном, это касается фактуры тканей и деталей). При этом ее вещи получаются абсолютно современными и удобными: этакая «этника, завернутая в удобоваримую обертку», как высказался один из маститых коллег Ирины. Не однажды представлялись коллекции Каравай и в Петербурге, причем реакция жителей города на Неве была вполне адекватной реакции москвичей.

Не так давно шоу-рум «Сезоны моды», в котором регулярно принимает участие Каравай, подписал контракт с бутиком «Дефиле» о предоставлении коллекций. Отдельным документом было оговорено, кто и каким образом будет представлять интересы дизайнеров. Представлять украинских мастеров и продавать их коллекции в другие бутики взялась хозяйка «Дефиле» Ирина Ашкинадзе; оказалось, что петербуржцы, несмотря на то что дизайнерские разработки модельеров Украины для них являются чем-то достаточно экзотичным и ярким, не прочь пополнить свои гардеробы парой таких интересных вещей. Поэтому сочетание гипюра, кружев, простых неярких тканей, элементов народных узоров и современного функционального кроя, которое представила на суд россиян Каравай, вызвали у новой аудитории ощущение легкости, наивного очарования и… желание иметь у себя нечто подобное. В той летней коллекции Ирина попыталась высказать свое представление о том, как же все-таки должно выглядеть современная женщина, которой так часто недостает именно романтичности и нежности. Интересно, что украинский модельер предложила питерцам не просто нарядную одежду; ее модели сочетают некую изюминку и элегантную простоту, а потому оказались достаточно востребованными в повседневной жизни. Работы Каравай стали практичным и оригинальным дополнением к гардеробу любой современной женщины.

Сегодня недавняя дебютантка мира моды Ирина Каравай остается, в общем, верна тому образу смешной девчонки, который, собственно, и принес ей известность. Весной 2005 года она представила новую коллекцию, в которой нашлось место и пресловутым «рваным» шарфикам, и льняным сарафанам на перекрещивающихся бретелях, и топам с кармашками под грудью. Все это было щедро сдобрено вязаными грубошерстными жилетами, юбками-цилиндрами на манжетах со складками. Особый интерес публики вызвали юбки с лоскутами веером, присборенные и оформленные оборочкой, в комплекте с балетками на ленточках-завязках.

И все же складывалось такое впечатление, что сама Ирина не

вполне довольна результатом своей работы. Причина? Видимо, дело в извечном стремлении каждого настоящего мастера создать нечто особенное, не имеющее аналогов, строго индивидуальное. Однако на шестнадцатых «Сезонах моды» (осень/зима-2005/2006) Каравай, похоже, смогла наконец реализовать свою мечту. Дело в том, что модельер на протяжении ряда лет стремилась создать украинскую коллекцию. Дальше единичных моделей дело долго не шло, поскольку Ирина была уверена: ей явно не хватает опыта, глубокого понимания этнического наследия предков, чтобы поставить свои работы в один ряд с признанными мэтрами украинского модельного бизнеса, такими, например, как ее коллега Лилия Пустовит. К осуществлению задуманного она шла долго, однако оказалось в итоге, что «украинскость» коллекции дизайнера может разглядеть разве что профессионал либо человек, хорошо знакомый с этносом: народные мотивы прочно переплелись в работах Каравай с молодежным авангардным дизайном («провисшими» брюками, трикотажными жакетами с капюшоном-горловиной), асимметрией, эстетикой 20-х годов прошлого века. Игра фактур и графика минимализма тоже как-то не слишком способствовали «выпячиванию» этнической стороны коллекции. И тем не менее…

На подиуме стараниями Ирины царили черные, красные, серые, белые и песочные цвета, стремительно летели прямые, не сковывающие движения силуэты, для которых характерным было наличие завышенной талии и широких рукавов. Особенно заинтересовали публику приталенные жакеты с аппликациями и вышивкой в фольклорном духе. А песочные варианты этого предмета гардероба были украшены фигурной тесьмой («а-ля свита»). Белое пальто с расклешенным низом и объемными накладными карманами Каравай отделала контрастными швами, очень оживившими модель. Что касается юбок, то они, в общем-то, оказались вполне привычными: прямая, четырехклинка, «тюльпан». Однако в декоре моделей мастер взяла полный реванш у традиционности. Общий фольклорный колорит коллекции подчеркивали высокие сапоги, яркие платки, повязки и вязаные шапки, расшитые бусинами. А главной «изюминкой» стала бижутерия ручной работы, созданная самой Ириной. Она сделала для показа множество крупных бус; разнообразные, подчас очень необычные, они надевались прямо поверх пальто и шарфов. А особо крупные бусины дизайнер использовала в качестве декоративных элементов или пуговиц. Обилие красного цвета, столь любимого дизайнером, велюра, бархата и тафты создавало праздничное настроение и оставляло впечатление знакомства с чем-то необычным, радостным.

Дебют Каравай на Киевской Неделе прет-а-порте прошел на ура; в интервью после завершения показа дизайнер подчеркнула, что считает одежду праздником в жизни, тем элементом, который просто-таки обязан нести в себе положительную энергетику. «Я за эмоциональный, а не разумный подход к выбору одежды, я за одежду, которая несет свободу, – констатировала Ирина, – ведь сам процесс одевания – это позитивное искусство».

Что ж, в таком подходе к делу моды есть свое рациональное зерно. Во всяком случае каждый из нас, собираясь на работу или на отдых, стремится выбрать не только комфортные вещи, но и те, которые поднимают настроение, подчеркивают индивидуальность, помогают создать какой-то конкретный образ. И украинские модельеры, судя по их работам последних лет, активно стали помогать своим согражданам в нелегком деле подбора соответствующего гардероба. Что ж, для них и в самом деле настало время не просто создавать очередные коллекции прет-а-порте, но и, спустившись с небес на землю, заняться вполне реальным бизнесом, продвигая собственные разработки в массовое производство. И, судя по всему, вскоре одежда от Каравай успешно вытеснит из нашего сознания привычное восхищение моделями западных дизайнеров…

КАРАН ДОННА

(род. в 1948 г.)

Знаменитый американский модельер, создавшая свой стиль – универсальную комфортную одежду для деловой женщины. Начав работать много лет назад ассистенткой знаменитой Анне Кляйн, она достигла в модном бизнесе огромных высот, основав свою компанию Donna Karan New York. Ее имя стоит в одном ряду с такими брендами, как Calvin Klein и Ralph Lauren, а сама она сегодня входит в число самых богатых людей Америки. Донна Каран, которую называют «американским Армани» и «оплотом современной американской моды», является обладательницей множества премий и наград в мире моды, в том числе премии «Лучший модельер планеты».

Донна Фаске (это ее девичья фамилия) родилась 2 октября 1948 года в Нью-Йорке, на окраине Манхэттена. С самого рождения она была окружена миром моды. Ее отец, Габи Фаске, был портным, мать, Хелен, работала манекенщицей в демонстрационном зале. Когда девочке было всего три года, ее отец умер, а вскоре после его смерти мать вышла замуж за человека, тоже занятого в модном бизнесе. Поэтому не было ничего удивительного в том, что еще совсем маленькая Донна начала, играя, рисовать целые коллекции одежды. А свою первую коллекцию для показа мод девочка сшила, будучи еще ученицей

средней школы.

Решив, что моделирование – ее призвание, Донна после окончания школы в 1968 году поступила в Парсоновскую школу дизайна (Parson's School of Design) в Нью-Йорке. Однако это престижное учебное заведение закончить ей не удалось. Когда девушка училась на втором курсе, талантливую студентку заметила знаменитая модельер Анне Кляйн, которая и пригласила ее в свой Дом моды работать ассистентом. Донна, которая к этому времени уже сменила фамилию, выйдя замуж за Марка Карана, молодого бизнесмена, владельца нескольких магазинов, согласилась.

Спустя три года, в 1971 году, Анне Кляйн поставили страшный диагноз – рак. Болезнь была слишком запущена, и спасти женщину врачам не удалось. Она умерла, а за два дня до ее смерти у Донны родилась дочь Габриэла. Каран всю жизнь мечтала жить для семьи, а когда стала мамой, хотела посвятить себя новорожденному ребенку. Но ее ждала другая судьба. Еще при жизни Кляйн Донне пришлось взять все дела Дома в свои руки. А после скоропостижной кончины Анне молодая мама вынуждена была сразу же выйти на работу. «Пришлось встать с постели и идти на работу, завершать коллекцию. Одно за другим… Так я стала деловой женщиной, которой не хотела быть никогда», – вспоминала много лет спустя Донна Каран. И хотя это решение стало началом большой карьеры для молодой женщины, она до сих пор сетует, что ей пришлось тогда его принять: «Я хотела оставаться дома, хотела быть только мамой. Не то чтобы я не хотела работать, мне просто очень хотелось быть дома со своим ребенком… До чего же трудным было это решение – заниматься не только ею, а чем-то еще… Этим "чем-то еще" была фабрика. Единственное, что оправдывало меня перед самой собой, – это сознание того, что я отдаю свое время другим людям и делаю это с пользой для них и для себя. Эта мысль утешала мою совесть».

Взяв всю ответственность за дела фирмы в свои руки, Донна Каран стала главным модельером Дома, а с 1974 года – ответственной за коллекции Анне Кляйн. Целых 10 лет работы на имя Анне Кляйн понадобились ей для следующего крупного шага. За эти годы деятельность Каран была дважды отмечена престижной премией Coty Award. Первую коллекцию под маркой Anne Klein она создала вместе с дизайнером Луисом Дель'Олио, а следующая – Anne Klein II – была уже полностью ее собственной.

Переломным годом стал для Донны 1983-й. 35-летняя модельер, получившая уже некоторую известность в мире моды, развелась с Марком и вышла замуж за скульптора Стивена Вайса.

Этот семейный союз стал и союзом профессиональным. Стивен, близкий Донне по духу, помог ей начать собственное дело. Поддерживаемая мужем, модельер решила отправиться в «свободное плавание» и открыла ателье и небольшой магазинчик в гостиной собственного дома, переоборудованной под цех. В 1984 году ателье было преобразовано в компанию Donna Karan New York (DKNY). Еще когда Каран работала на Дом моды Анне Кляйн, у нее сложились хорошие деловые отношения с японскими инвесторами, вкладывающими капиталы в развитие компании. А теперь ей удалось найти финансовую поддержку у японской группы Takihyo, бывшей одним из крупнейших акционеров Дома.

Осенью 1985 года появилась первая самостоятельная коллекция нового Дома – Donna Karan New York, сразу же ставшая в Америке сенсацией. Открытием коллекции стало боди и простой костюм черного цвета. Создавая коллекцию повседневной одежды, которая передавала дух и энергию огромного города, Донна ставила целью не возбуждать публику, а показать модели для удобной носки. Критика сразу же оценила новую коллекцию и нового дизайнера, высказав мнение, что Донна Каран «решительно входит в историю моды, предлагая свою собственную точку зрения – мощную, чистую и новаторскую».

По признанию Донны, на идею создания первой линии прет-а-порте ее натолкнула дочь Габриэла: «Она и ее одноклассницы постоянно копались в моем шкафу. В конечном итоге я собрала их и спросила: “Что бы вы хотели надеть сегодня вечером?” Им нужны были простые, непринужденные платья, джинсовые комбинезоны… Да и я сама чувствовала потребность в повседневной, простой одежде. Вот в чем смысл линии DKNY». В основу этой линии модельер положила систему, которую она назвала «Семь простых элементов женской одежды»: боди, леггинсы, платья, юбки, блузки, жакеты, брюки и аксессуары. Комбинация этих элементов давала возможность деловой женщине прекрасно выглядеть в любой ситуации и при этом чувствовать себя удобно. Обычно эту проблему мужчины-модельеры обходили стороной. До появления на модной арене Донны Каран деловые женщины вынуждены были довольствоваться пиджаком, «срисованным» с мужского, и прямой юбкой. Теперь же модельер доказала своими моделями, что деловой стиль может быть «великолепным, чувственным и сексапильным» и что в любой ситуации можно оставаться женственной.

«В каждую вещь, которую я делаю, – говорит модельер, – я вкладываю сердце, тело и душу. Для меня разработка одежды прямо связана с самовыражением… Дизайн одежды – это

постоянный вызов себе, ведь нужно найти правильную пропорцию между комфортом и роскошью, между практичностью и эротичностью. Я – жена, мать, подруга и работающий профессионал. Именно столько ролей стремятся уравновесить, совместить в себе женщины. Но прежде всего и во-первых, я женщина, у которой есть чувства, свои ощущения и переживания, свои фантазии и сложности, с которыми нашему женскому восприятию приходится иметь дело. Как сделать жизнь легче? Как сделать одежду проще? Как соединить роскошь и удобство? Что подходит тем, кто много ездит?» И она создает костюм из мягкой эластичной ткани, подходящий для любой погоды: «Я хочу, чтобы каждая моя вещь придавала человеку уверенность, чувственность, становилась его другом, “сообщником”. Одежда должна полностью совпадать со стилем жизни человека. Она должна быть мягкой и уютной, способной “жить” с ним в разных климатических условиях, “переезжать” из одного климата в другой».

Модельер предложила женщинам не создавать огромный гардероб на все случаи жизни, а комбинировать несколько ключевых элементов различными способами. Базовой моделью в ее коллекциях является боди, которое можно носить с чем угодно. Оно подходит и к юбке, и к брюкам, его можно надевать и с жакетом, и без него. Самым главным для Каран является создание женственного силуэта. С помощью различных швов и вытачек одежда подгоняется по фигуре и достигается эффект облегания. «Я понимаю специфические проблемы женской фигуры, – говорит Донна. – Я знаю, как подчеркнуть достоинства и скрыть недостатки. Я знаю, какие изделия действительно могут помочь добиться этого». Огромное значение модельер придает небольшим деталям: «Детали и аксессуары для меня иногда важнее, чем верхняя одежда. Я с ума схожу от хороших колготок или от того, как смотрится нога в определенном типе обуви».

В 1988 году Каран запустила менее дорогую линию DKNY. А первая линия прет-а-порте разделилась на две: Donna Karan Collection и Donna Karan Signature. Потом появилась молодежная линия DKNY типа «платье с блестками утром, шорты цвета хаки вечером и туфли на шпильках круглосуточно», перевернувшая представления о моде с ног на голову, и линия DKNY Jeans, адресованная не только 19-летним. А в 1992 году Донна создала свой первый аромат – Donna Karan New York.

С 1997 года появилось еще несколько линий DKNY – линии женской одежды D для женщин до 30 лет, DKNY Classic, DKNY Active, DKNY Underwear, аксессуаров, бижутерии и две мужских линии. А совсем недавно Донна занялась проектированием

декоративных предметов для домашнего интерьера.

К 20-летнему юбилею со дня основания Дома моды модельер издала книгу, ставшую бестселлером, – «Путь женщины, 20 лет деятельности Донны Каран» (The Journey of a Woman, 20 Years of Donna Karan).

Каран черпает свои идеи отовсюду – в природе, у своих близких, знакомых и друзей, и даже просто на улицах города. «Работая над весенне-летней коллекцией 1998 года, – признается Донна Каран, – я была просто одержима идеей передать и воплотить в ней свет над заливом, которым я любуюсь каждый день. Я смотрела на скалы, зеркальную гладь воды, свет неба и все думала: “Как передать это в тканях, в формах?” Спрашивала себя, почему это имеет смысл для меня и как воплотить в одежде то, что я ощущаю?»

Сегодня империя Donna Karan New York – одна из самых крупных в мире моды. На компанию с капиталом в 600 миллионов долларов работают 1540 человек и почти 100 дизайнеров. Сама Донна считает сотрудников «своей большой семьей»: «Семья – это движущая сила жизни, главное для человека. Мы очень много времени проводим вместе, поэтому для нас работа – больше чем работа. И атмосфера у нас очень сердечная, семейная, полная тепла и внимания. Мы вкладываем столько любви в то, что делаем! Роль матери состоит в том, чтобы объединять семью. А так как я женщина, стоящая во главе огромного коллектива, то я и чувствую себя мамой». Однако это не мешает ей быть чрезвычайно требовательной к своим служащим. Донна не отрицает, что она сама – работоголик: «Цена успеха очень высока. Никакой передышки, остановки – ибо в деловом мире нельзя, да и невозможно положить предел масштабам своего собственного дела. Успех – синоним непрерывного роста».

Донна Каран вошла в историю моды как одна из самых успешных женщин-модельеров XX века. Ее вклад в развитие индустрии моды был неоднократно отмечен. Модельер – обладательница нескольких наград Ассоциации модных дизайнеров Америки, в том числе в номинации «За жизненные достижения». В ее копилке – две престижные премий Coty Awards за творческую деятельность в Доме Анне Кляйн. Она получила титул «Лучший дизайнер года» от American Fashion Awards в 1985, 1990, 1992 и 1997 годах. В 2000 году Каран была названа одной из самых удачливых бизнес-женщин Америки. После того, как ее личный доход достиг в 1999 году 20 миллионов долларов, Working Woman включил ее в список самых богатых людей Америки. А 25 мая 2004 года Донна Каран была удостоена

степени доктора наук американской Парсоновской школы дизайна Parsons School of Design, той самой, которую она собиралась закончить 35 лет назад. Решив завершить образование, Донна, уже ставшая на тот момент знаменитой, в 1986 году получила степень бакалавра, а еще через восемь лет защитила докторскую. Хотя образование, считает Донна, в ее деле – не главное. Главное – талант, которого ей не занимать…

КАРДЕН ПЬЕР

Настоящее имя – Пьер Кардин

(род. в 1922 г.)

Французский модельер, дизайнер, художник по театральным костюмам, первым создал коллекцию модной мужской одежды. Владелец 24 разнопрофильных компаний, объединенных в холдинг Espace Cardin, и театра, в котором является художественным руководителем. Член Французской Академии изящных искусств, обладатель 24 престижных наград в мире моды, кавалер ордена Почетного легиона (1974 г.), «За заслуги» (Италия, 1988 г.), «Священные сокровища» (Ватикан, 1988 г.).

Классик прекрасного и изменчивого искусства моды, чьи идеи, заслуги и деяния признаны во всем мире, любит повторять: «Чтобы стать кутюрье, им надо родиться». Но эти слова Карден произнес, когда достиг небывалого успеха, а в детские годы Пьер, шестой ребенок, появившийся на свет 2 июля 1922 года в итальянской семье среднего достатка, и не помышлял об этом. Его отец, в прошлом наемный солдат, занявшийся виноделием, обеспокоенный воинствующим режимом Муссолини, эмигрировал со всеми домочадцами во Францию. Семья поселилась в предместье Парижа, где Пьер Кардин (именно так тогда звучала

его фамилия) и пошел в школу. Черноглазого верткого пластичного мальчишку сверстники дразнили презрительным для каждого итальянца прозвищем «макаронник», а обиженный Пьер мечтал, что, повзрослев, станет на зависть всем известным танцором или актером. Но уже с 14 лет он работал подмастерьем портного, а с началом военных действий во Франции вступил в действующую армию и служил бухгалтером в обществе Красного Креста.

В 1945 году Карден, честолюбивый не менее своего любимого литературного героя д'Артаньяна, обратился за помощью к медиуму: в свои 23 года он никак не мог определиться, в какой области ему «прославиться». И «медиум убедила меня, что нужно ехать в Париж и поступить на работу в один из крупных Домов мод. Она даже посоветовала обратиться к одному из сотрудников Дома моды Пакуин и назвала мне его фамилию», – вспоминал о своих первых шагах Карден. Пьеру повезло – его приняли рабочим в цех по пошиву одежды для театра и кино именно в тот момент, когда Жан Кокто готовился к съемкам «Красавицы и чудовища». Юноша сумел прекрасно зарекомендовать себя как модельер, закройщик, рисовальщик, портной и даже модель (все костюмы для Жана Маре он демонстрировал на себе) в одном лице. С тех пор профессия красиво одевать стала делом всей его жизни.

И все же Карден считает, что настоящим мастером он стал благодаря Кристиану Диору. Пьер вошел в число первых сотрудников модельера, ставшего знаменитым после показа всего одной коллекции. Никто не ожидал, что на вновь созданный Дом моды обрушится такое количество заказов, и Карден занимался подготовкой костюмов для клиентов Диора. Ему довелось одевать знаменитых клиентов не только в Париже, но и выезжать по делам фирмы в другие города и страны. Диор ценил талант «маленького Пьера», но тому хотелось творить самостоятельно, и Карден решился на серьезный шаг. Свою первую коллекцию, в которой были представлены широкие платья и юбки, он готовил на арендованном чердаке, используя только собственный талант и средства. Начало оказалось блестящим, и уже в 1950 году в Париже открылся Дом Кардена, четыре года спустя – фирменный магазин «Ева», а в 1957 году – бутик для мужчин «Адам». В том же году Пьер стал членом Синдиката Высокой моды и представил полную коллекцию из 120 моделей. Их качество, изысканность стиля и кроя не оставили равнодушными самую взыскательную публику. А 1960 год модельер ознаменовал первым в мире показом модной мужской одежды.

В своем творчестве Карден придерживался геометрического

стиля. Создавалось впечатление, что он просто фанатично привязан к кругам, квадратам, спиралям, но в тоже время кутюрье придумал и оригинальные формы одежды, которые в разные годы покоряли модниц: прямые и зауженные книзу платья-«мешки», юбки-«бочонки» и «тюльпаны», жакеты-«пузыри» и шляпки-«скафандры». Карден ввел в моду черные чулки и высокие сапоги, водолазки и обтягивающие свитера с рисунком «лапша» и «соты». Мужчины вслед за «Битлз» с удовольствием пополнили свои гардеробы обтягивающими брюками и длинными узкими приталенными пиджаками со стоячими воротниками или вовсе без них. Карден никогда не боялся быть излишне декоративным, используя в отделке кованые металлические или пластиковые украшения в виде колец или «торчащих плотницких гвоздей», мягкие воротники-«лепестки», роскошные искусственные цветы и огромные пуговицы разнообразных форм, аппликации в виде четких зигзагов и двуцветных диагоналей.

В своих моделях знаменитый модельер отдавал предпочтение трикотажу, в частности джерси, эластику, шифону и винилу. Когда-то его называли «бароном шелка» за пристрастие к этому разноликому материалу, но Карден-новатор не любил стоять на месте и с появлением новых материалов экспериментировал с ними. В одной из его коллекций преобладала переливающаяся всеми цветами радуги непромокаемая ткань, внешне напоминающая лакированный каучуковый слой. К созданию каждой модели он подходил как скульптор и говорил по этому поводу: «Платье – ваза, в которую я вместо воды помещаю женское тело… Я могу сделать “вазу” любой формы – круглой, четырехугольной, острой. И тело входит в эту форму. Это же материя. Я не одеваю тело, я работаю как скульптор. Сделать платье по размеру – еще не настоящий шик. Вот если платье будет хорошо сидеть на теле любой женщины, это достижение автора!» Может быть поэтому Карден пришел и к идее выпуска готового платья от кутюр. Еще в 1959 году он понял, что «престиж должен стать серийным. Прошли те времена, когда прачка не могла одеться, как ее хозяйка. Я хотел, чтобы гриф высокой марки стал просто маркой. Чтобы мою одежду носили все, кому она нравится».

В мире моды это вызвало настоящий скандал, а Кардену продажа лицензий на торговую марку принесла баснословные прибыли. Журнал Elle назвал его «демократизатором моды». В считанные годы марка Pierre Cardin завоевала практически весь мир, а ее хозяин стал владельцем 24 компаний, объединенных в холдинг. По данным журнала Forbes, знаменитый кутюрье с обеспечением в 125 млн долларов входит в десятку самых

богатых людей Франции, а его так называемый «профессиональный капитал» оценивается примерно в 600 млн долларов. Бизнес Кардена – это не только производство одежды серийной и от кутюр. Он получил всемирную известность и как великолепный дизайнер, запатентовав 500 дизайнерских изобретений. Журнал «Тайм» окрестил его «хитроумным фанатиком, который умудрился написать свое имя буквально на всем, что можно прибить гвоздями, приклеить, пришить, привинтить, привязать, растиражировать или разлить по бутылкам, закрыть, открыть и употребить». 150 стран производят одежду, парфюмерию, часы, авторучки, шоколад, мебель, сигареты, аксессуары, облицовочную плитку и даже предметы для интерьеров самолетов с маркой Pierre Cardin, а на его предприятиях во всех уголках мира работает около 200 тыс. человек разных национальностей и профессий. В империю модельера входит сеть ресторанов «Максим» и одноименная туристическая компания, а также множество лабораторий.

Имя Кардена внушает уважение во всем мире. Он является обладателем 24 престижных международных и французских наград. В 1974 году Карден стал кавалером ордена Почетного легиона, а в 1988 году – итальянского ордена «За заслуги» и «Священные сокровища» – высшей награды Ватикана. В 1985 году Карден был избран членом Французской Академии изящных искусств и стал «бессмертным», как принято называть во Франции почетных академиков. В 1990 году коллекции Кардена выставлялись в лондонском Музее Виктории и Альберта, что является большой честью даже для знаменитых мастеров, а один из последних показов прошел в здании фирмы напротив Елисейского дворца, где находится резиденция французского правительства.

В 1970 году Карден, мечтавший в молодости стать актером, приобрел знаменитый театр «Амбассадор» неподалеку от Елисейского дворца и дал ему имя Espace Cardin («Пространство (Космос) Кардена»). Для модельера это не каприз или хобби, а напряженная работа. Карден не просто владелец, но и художественный руководитель театра, на сцене которого выступали звезды первой величины: М. Дитрих, Р. Оссейн, М. Влади, М. Марсо, М. Плисецкая. У собственной труппы маэстро великолепная программа: четыре спектакля с участием Ж. Депардье, спектакли, посвященные памяти Эллы Фицджералд, Марлен Дитрих, Сальвадору Дали, с которым Карден был дружен начиная с конца 1940-х годов и до самой смерти великого художника. Художественный руководитель гастролирует со своей труппой по миру и принимает на сцене Espace Cardin другие

театры. В свое время мэтр пригласил на гастроли ленкомовский театр. У него вообще особое отношение к России. Только в Москве начиная с 1963 года он побывал около 30 раз. Знаменитый кутюрье делал эскизы к спектаклю «Юнона и Авось», шил костюмы к балетным постановкам М. Плисецкой «Анна Каренина», «Вешние воды», «Чайка». В 1998 году к столетнему юбилею МХАТа он создал коллекцию одежды в стиле «Чеховская женщина», а в июле 1991 года устроил грандиозное шоу – показ моделей на Красной площади в присутствии 200-тысячной аудитории.

Великий кутюрье, знаменитый дизайнер, преуспевающий бизнесмен владеет огромным количеством элитной недвижимости, истинной стоимости которой не знает никто: это замок маркиза де Сада в Провансе, дворец в Венеции и «Дворец пузырьков» на Лазурном берегу, дома, квартиры, бутики, рестораны, отели… Но в своем доме близ Елисейского дворца Карден живет вместе со старшей сестрой. Наследников у его империи нет, и это единственное, о чем он сожалеет. «Когда-то у меня был роман с прекрасной актрисой Жанной Моро (в молодости мне даже удалось подыграть ей в театре), но детей нам Бог не дал, и это очень печально. Но у меня много племянников. Еще я опекаю пятерых ребят-близняшек из очень бедной семьи. Их родители мало что могли им дать, а я показал мир, дал образование, помог устроиться в жизни. Но вообще я ни о чем не жалею. Я счастливый человек. Многие мои мечты сбылись, а я не перестаю фантазировать, что-то придумывать, чтобы потом осуществлять новые и новые мечты».

Когда Кардену исполнилось 78 лет, именитый дизайнер обратился в инвестиционный банк SP Mergers с просьбой подыскать подходящего покупателя для легендарного Дома моды, объем продаж которого составляет ежегодно 1,5 миллиарда долларов. По слухам, заполучить его империю мечтают богатейшие компании США, Китая, Японии и Германии. А пока они борются за «право наследования», Карден по-прежнему лично подписывает каждый чек и ровно в половине девятого приходит на работу, чтобы отследить все, даже малейшие решения, связанные с управлением холдингом, и говорит, что его все так же «вдохновляет жизнь во всех ее проявлениях. В том числе даже трудности являются и стимулом, и чем-то вдохновляющим в жизни. И сосредотачиваться на чем-то одном и говорить, что именно это является вдохновением, неправильно, потому что вдохновляет и погода, вдохновляют свадьбы, смерть, вдохновляют трудности, вдохновляет сама жизнь. Я всегда вижу жизнь в положительном разрезе. Очень многие считают, что жизнь

бесполезна, и сталкиваются с негативной точкой зрения, у меня же иное восприятие жизни – позитивное».

КАСТА ЛЕТИЦИЯ МАРИЯ ЛАУРА

(род. в 1978 г.)

Известная супермодель, которую называют одной из самых атипичных представительниц этой профессии.

Летиция Мария Лаура Каста родилась 11 мая 1978 года во Франции, в поселке Понт-Одемар (Нормандия). Девочка росла в окружении лесов; здоровая местность помогла ей вырасти не только красивой, но и избавила от многих медицинских проблем, столь обычных для детей, живущих в городских условиях. Даже будучи уже взрослой, модель осталась близка к природе и, в отличие от многих своих коллег, довольно равнодушной к деньгам. Нет, комфорт и достаток она, конечно же, ценит, но, тем не менее, наличность не стала для нее смыслом жизни. «Среди богатых так много несчастных людей! Многие из них едва не сходят с ума, боясь лишиться своих миллионов», – говорит Летиция. А раз так, то стоит ли добиваться богатства? «Если человек беден, его жизнь гораздо свободнее и радостнее», – констатирует звезда подиума.

Модельный агент обнаружил эту «крестьянскую жемчужину», которой еще не исполнилось и 15 лет, на пляже. В тот момент фигуристая и обсыпанная веснушками девушка увлеченно занималась архитектурой, возводя из песка средневековый замок. Правда, первое же столкновение агента с бдительным родителем

едва не закончилось… банальной дракой! Папаша решил, что к его не по годам развитой дочери просто пристает очередной пляжный ловелас. Но когда разъяренному отцу «на пальцах» пояснили ситуацию, он успокоился и милостиво дал дочери разрешение попробовать свои силы в модельном бизнесе. Тем более, что несовершеннолетней девушке пообещали весьма хорошую оплату труда. Таким образом при типичных обстоятельствах в мире появилась абсолютно нетипичная модель…

«Находка» оказалась наделенной весьма непростым характером, но зато очень колоритной, артистичной и обаятельной. А ее знаменитый взгляд с поволокой… Перед ним не мог устоять ни один серьезный кутюрье. Девушке прощалась и привычка курить в неположенных местах, и облупленный лак на ногтях, с которым она могла появиться на великосветском приеме. «Деревня»? Прекрасно! Какое это имеет значение, если Ив Сен-Лоран с первого взгляда влюбился в очаровательную нормандку? Несмотря на невысокий рост (всего 167 сантиметров), обычно являющийся непреодолимым препятствием на пути к лаврам супермодели, девушка получила множество предложений от самых известных фирм (например, она чаще других «мелькала» в рекламе L'Oreal). К тому же, фотографии Летиции в рекордно короткие сроки украсили обложки сотен самых модных и престижных журналов мира. А Ив Сен-Лоран вообще приобрел привычку выводить под занавес своих великолепных шоу исключительно эту топ-модель.

Кстати, именно привычке отстаивать собственное мнение Каста обязана тем, что до сих пор не свела близкого знакомства с хирургами. Еще в начале карьеры Летиция столкнулась с категорическим требованием своего агента вставить ровные фарфоровые зубки (они у девушки кривые). Но будущая звезда была непреклонна: естественность – прежде всего. Так что миру моды придется мириться с ее толстыми лодыжками, относительно невысоким для такой профессии ростом и прочими недостатками. Если же нет, то ей проще найти себе другую работу…

Каста оказалась права. «Настоящая» модель оказалась более привлекательной, чем ее неоднократно «правленные» врачами коллеги. Особой гордостью Летиции является ее грудь. О секрете своего красивого тела девушка говорит с юмором: оно, мол, результат употребления нормандского масла и сливок… И пусть считают, что Летиция слишком толстая, по сравнению с другими моделями, – ей откровенно безразличны подобные слова. Если кому-то из манекенщиц хочется позлорадствовать относительно

ее «недопустимо пышных» форм – на здоровье! Каста говорит, что для нее важнее выглядеть свежей и не падать в обморок от голода. Выглядеть, словно зеленый горошек, подобно многим супермоделям, она ни в коем случае не желает. Каста твердо убеждена, что чрезмерная худоба «обитательниц» подиума удобна только самим модельерам. А в этом случае необходимо всерьез задуматься над тем, стоит ли слепо следовать их требованиям… Так что рацион самой Летиции мало отличается от рациона обычных людей. К тому же, звезда просто любит поесть и не скрывает этого. «Когда я ем, ощущаю вкус жизни. Зачем отказывать себе в удовольствии и есть одну капусту? Если ты относишься с симпатией к каждому кусочку пирога, то не поправишься ни на один грамм!» – убеждена девушка.

Редко кто из моделей экстракласса, к которым, собственно, и принадлежит Каста, останавливается только на участии в показах коллекций различных кутюрье и съемках для популярных изданий. Обычно все звезды дефиле рано или поздно начинают находить себе еще какое-то дело. Конечно, во многом это обусловлено тем, что век модели недолог. Но кроме того, искать иное место для приложения сил и способностей девушек заставляет осознание того, что подиум просто не может раскрыть всех творческих возможностей человека. Не стала исключением из правил и Каста. У нее, как и у 99 из 100 девушек, добившихся значительного успеха в модельном бизнесе, имеется серьезный талант актрисы. Недаром и Энди Макдауэлл, и Шэрон Стоун начинали именно с демонстрации одежды… Летиция произвела впечатление на воротил киноиндустрии уже благодаря самой своей внешности (девушка удивительно похожа на молодую Брижит Бардо). Но в будущем Каста надеется, что сходство между ней и суперзвездой экрана будут искать и в актерских способностях… Во всяком случае, роли, исполненные ею для фильмов «Разочарование», «Заблуждение», «Голубой велосипед», мини-сериала по роману Александра Дюма «Луиза Санфеличе» и спектакля «Ундина», наводят на мысль, что такие надежды девушки – не обычное бахвальство. Интересно, что Каста является единственной супермоделью, которая и в самом деле делает серьезную кинокарьеру. Так, она старается сниматься только у режиссеров, чьи фильмы подпадают под категорию «киноискусство» и, хотя и не могут похвастаться широкой аудиторией, не имеют ничего общего с так называемым «ширпотребом». Можно сказать, что единственным коммерческим исключением в данном вопросе стал кинодебют Летиции – лента «Астерикс и Обеликс». Теперь же модель не спешит соглашаться на предложения подобного плана. Ей просто нравится процесс

игры, нравится находиться перед камерой, но… коммерческое кино явно не соответствует потребностям ее сердца. При этом на экране Летиция старается выглядеть максимально естественной; она считает, что в наше время женщинам усиленно навязывается ставший уже стандартным образ «секси-герлз», в то время как каждой из них необходимо быть просто самой собой.

Кино и подиум – не единственное увлечение этой нетипичной модели. Она, ко всему прочему, является обладательницей коричневого пояса по дзюдо. Тем не менее, сниматься в кинобоевиках она отказывается напрочь. «Я делаю в кино только то, что меня саму забавляет», – категорически заявляет Каста.

Кроме того, модель неплохо рисует и ведет для себя нечто вроде дневника. Но ни выставлять свои работы, ни издавать книги она не собирается. И холст, и бумага для нее являются лишь чем-то вроде сеансов психотерапии.

Атипичным было поведение Летиции и в области личной жизни. Так, она длительное время старательно увиливала от романов с воротилами модельного бизнеса. Наконец девушка познакомилась с человеком, который заставил ее всерьез задуматься о семье. Фотограф Стефан Седануи, гражданский супруг Летиции, являлся таким же непредсказуемым созданием, как и сама Каста. Стефан считался большим оригиналом и был весьма известен в модельном и шоу-бизнесе. Так, на его счету – клипы Мадонны и Бьорк. Летиция вслед за супругом перебралась сначала в Лондон, а затем начала наезжать в Нью-Йорк.

В 23 года модель, чья карьера складывалась на удивление успешно, решилась… стать матерью. Для человека ее профессии это означало практически полный крах, но… Каста заявила, что ее целью является не позирование для журнальных обложек, а воспитание собственного многочисленного потомства. До 30 лет звезда собирается обзавестись четырьмя, а еще лучше – пятью малышами (хорошая программа, не правда ли?). А жить Летиция вообще больше всего хотела бы в уединенном домике где-нибудь в лесу, подальше от шума и суеты. Так что подиум и съемки в кино для нее являются не более чем способом заработать, – причем не самым легким и приятным. Поэтому если выбирать между семьей и карьерой, вторая безнадежно проигрывает… Вот только рожать дочку модель решила во Франции, немало удивив этим своего мужа. Супруг никак не мог взять в толк, почему жена не хочет, чтобы их кроха стала гражданкой Соединенных Штатов. Но Летиция привыкла во всем добиваться своего.

Однако за то время, пока Летиция вместе с дочерью Сатин жила во Франции, разлуки с супругом стали слишком длительными и… В жизни модели появился другой мужчина –

итальянский актер Стефано Аккорси, который старше Касты на 10 лет. Сегодня модель, по-видимому, вполне счастлива и, естественно, собирается порадовать мужа появлением наследников.

В настоящее время Каста живет в Лондоне, хотя этим недовольны не только поклонники модели, но и французские политики. Последних, в частности, беспокоит тот факт, что весьма солидные налоги, которые звезда до сих пор исправно платит в бюджет, теперь достаются Англии… Но что поделать! Лондон на сегодняшний момент превратился в настоящую Мекку мировой моды, а Летиция – самостоятельный свободный человек… К тому же, звезда говорит, что самим своим присутствием в Англии рекламирует французский образ жизни. Да и оседать окончательно по ту сторону Ла-Манша Каста вовсе не собирается. Она – француженка до мозга костей, успела обзавестись на будущее недвижимостью у себя на родине, так что после окончания профессиональной карьеры модели намерена вернуться на родину. Девушка даже знает, чем займется, получив возможность самостоятельно распоряжаться собственным временем. Она собирается сотрудничать с организациями по защите животных.

Любовь к братьям меньшим у Летиции весьма сильна. Дома у девушки живут несколько собак и попугаи. А не так давно модель обзавелась еще одним, далеко не самым безобидным питомцем. Теперь у нее обитает крупный тарантул… В будущем Каста планирует открыть ферму по выращиванию свиней. Только пускать на мясо животных модель не собирается. Ей просто нравится внешний вид этих существ.

В общем, Летиция, можно сказать, уже подготовила себе плацдарм для отступления. Попрощавшись с модельным бизнесом, она станет счастливой матерью семейства, внимательной супругой и, возможно, звездой экрана. А затем, спустя годы, мы, возможно, увидим на обложках журналов юную копию некогда блиставшей супермодели – крошка Сатин пока удивительно похожа на свою «звездную» родительницу…

КВАНТ МЭРИ

(род. в 1934 г.)

Английский модельер, дизайнер, стиль которой в конце 50-х – начале 60-х годов прошлого века приобрел огромную популярность в Америке и Европе как символ бунтующего рок-н-роллього Лондона. Дизайнерские разработки Квант опередили идеи французского мастера Коррежа и стали первоосновой «космического» технологического стиля, на котором сделал себе имя Пьер Карден. Квант принято также называть прародительницей направления в моде, получившего название «молодежный стиль».

Мэри Квант, чье имя со временем стало синонимом молодежной моды, родилась 11 февраля 1934 года в Блэкхите (графство Кент, Великобритания) в семье учителей. Родители Мэри, чьи предки работали на шахтах Уэллса, «выбились в люди», окончив с отличием Кардиффский университет. Естественно, они хотели, чтобы их дочь продолжила столь похвальную традицию. Но… у крохи на сей счет явно были свои, не менее грандиозные планы. «Пудингом из той же формочки», – по ее словам, Мэри становиться категорически отказывалась.

Девочка с раннего возраста проявляла недюжинные творческие способности и была крайне неравнодушна к своему внешнему виду. Относительно того, что ей идет, у девчушки

всегда имелось собственное мнение – причем, единственно верное. Авторитетов Мэри не признавала; она привыкла ориентироваться только на свое восприятие. Тем не менее, результат деятельности мисс Квант был, что называется, налицо, заставляя многих подружек тихо шипеть от зависти. Поэтому решение Мэри поступать в лондонский Художественный колледж Голдсмита никого, собственно, не удивил. А чем еще могла заняться такая личность?! Правда, за право самой решать, чем заниматься в будущем, бунтарке пришлось вести затяжную войну с собственными родителями. Наконец отцу и матери будущей звезды мира моды пришлось скрепя сердце пойти на компромисс со строптивой девчонкой. Во всяком случае, колледж давал диплом учителя. Правда, всего лишь учителя рисования… Так что военные действия в домашних условиях не прекратились. Хорошо хоть, у Мэри был друг, поддерживавший ее в самые тяжелые моменты, – Александр Планкетт. Молодые люди, кстати, познакомились вскоре после того, как Мэри стала ученицей колледжа. Планкетт, по мнению родителей Мэри, отъявленный бездельник и шалопай, приходился родственником герцогу Бедфордскому и посему считал своим долгом вести богемный образ жизни. Постепенно Квант стала постоянной спутницей Александра, когда тот хотел поразвлечься, шокируя общественность очередной сумасшедшей выходкой. Так, парень, к удовольствию подружки, разыгрывал сцену «мертвый в вагоне», до полусмерти пугая пассажиров, катал Мэри в инвалидной коляске, вызывая вполне понятное сочувствие добропорядочных граждан (затем, кстати, «несчастное создание» спрыгивало с коляски и с воплем уносилось куда-то вдаль). А однажды Планкетт и Квант разыграли даже сцену похищения… От неприятного разговора в полиции – лондонцы проявили удивительную ретивость при задержании «бандита» – их спасла лишь случайность.

Итак, вожделенное (и весьма престижное!) учебное заведение гостеприимно распахнуло перед Мэри свои двери в 1952 году. А в 1955-м девушка получила диплом дизайнера и вышла замуж. Сначала Квант, так же, как и когда-то Шанель, придумывала шляпки для одного кутюрье, а Планкетт отдавал готовые изделия на продажу. Затем парочка решила открыть в Челси собственный ночной клуб. Но вместо этого Мэри и Александр решили начать свое дело и открыли в Лондоне, на King’s Road, маленький бутик Bazaar и ресторан. Последнее предприятие сразу же стало процветать, поскольку Планкетт сумел переманить из довольно известного заведения хорошего повара. Многочисленная родня молодого человека, посетив ресторан, осталась довольна

качеством блюд и обслуживания. А вот магазинчик не сразу порадовал своих хозяев прибылью. Идея сама по себе была неплоха, но вот ее практическое воплощение явно хромало. Причем сразу на обе ноги… Чтобы исправить ситуацию, молодые люди пропадали в демонстрационных залах, изучая образцы представленных товаров. Дело в том, что Мэри и ее спутник не собирались торговать «ширпотребом»: им нужны были молодежная одежда и аксессуары, до которых не додумался бы ни один модельер. Буквально по одной компаньоны собирали особо востребованные их поколением рок-н-ролльные вещи, но находить их было непросто, а запас быстро иссякал… В итоге Мэри решительно заявила: шить одежду для бутика она будет сама. Днем вещи продавались, а после закрытия Квант отправлялась в универмаг Хэрротс – за тканями и прочим необходимым.

Постепенно у Квант появились постоянные клиенты: ее оригинальные и практичные модели особенно привлекали молодежь. Вначале Мэри смогла нанять нескольких профессиональных швей, чтобы увеличить количество товара, а в 1959 году супруги смогли открыть второй Bazaar – на сей раз в Найтсбридже.

Мэри посчастливилось родиться в то время, когда ее темперамент и взгляды на жизнь оказались наиболее востребованными, – в эпоху «Битлз», хиппи, свободной любви и первых полетов в космос. Ее поколение требовало от модельеров создания не просто удобной одежды, но такой, которая помогла бы ему противопоставить себя поколению родителей. Женщины теперь не стремились подчеркнуть свое социальное положение – проблем с наследниками хватало и у докеров, и у врачей, и у герцогов… Девушки разных слоев общества из разных уголков планеты начали одеваться одинаково, поскольку на первый план вышли отношения детей и родителей. Однако Квант не хотела превращать собственные изделия в униформу, стремясь при помощи вещей лишь подчеркнуть индивидуальность женщины. «Нетипичность» модельера угадывалась уже при первом взгляде на витрины ее магазинов: в них стояли не безликие портновские манекены, а восковые человеческие фигуры с красивыми лицами, модными прическами и абсолютно живыми, естественными позами. Кстати, в своем бутике Квант применила американскую новинку, пока неизвестную большинству британцев, – маркировку размеров. До сего момента перед каждой клиенткой дефилировали манекенщицы в предлагаемых вещах. Выбрав модель (в бутиках держали по одному-единственному экземпляру каждой вещи), покупательница ждала, пока мастера тут же

подгонят ее до нужного размера. А у Квант на каждом изделии значились рост, объем груди и талии, что значительно упрощало работу. Кроме того, модельер нанимала красивых девушек, которые надевали новые вещи и ходили по городу с рекламой бутика. Часов работы магазин Мэри, кстати, не имел. Двери были открыты до тех пор, пока в зале оставался хоть один посетитель.

1960-е годы вообще стали в истории человечества эпохой шока, но наибольшие страсти бушевали вокруг одной маленькой детали гардероба. Ее обсуждали и осуждали в президентских кабинетах и резиденции Папы Римского, в административных учреждениях и в учебных заведениях, на улицах и в домашних условиях, за чашкой чая. Но осуждали новое изобретение Ее Величества Моды, в основном, люди старшего поколения. А молодежь всеми правдами и неправдами, не боясь скандалов и осуждения, норовила быть «в струе». Речь идет, конечно же, о мини-юбке. По одной из версий, именно по прихоти Мэри Квант в мире начался скандал по поводу данного предмета одежды, а молодые девушки и женщины, откровенно наплевав на мнение шокированных матерей и бабушек, а также на многочисленные запреты, стали едва ли не поголовно пополнять свой гардероб данной вещью. Если верить официальной версии, однажды Мэри, зайдя к своей подруге, застала ту за уборкой в совершенно неожиданном и невероятно обольстительном виде: юбка девушки заканчивалась на пару ладоней выше колена… Оказалось, что хозяйка для наведения чистоты облачилась в старенькие вещи, а когда длинный подол, путающийся под ногами, окончательно довел ее до белого каления, попросту отхватила «лишнюю» ткань ножницами. Мэри пришла в восторг от такой идеи, и спустя несколько дней в ее бутике появились юбки и платья «радикальной длины», которые стремительно завоевали популярность не только среди обычной молодежи, но и среди звезд кинематографа. Такие счастливые обладательницы стройных длинных ног, как Брижит Бардо, Софи Лорен, Лиз Тейлор, поспешили облачиться в скандальные вещицы. Ведь для максимального самовыражения минимальная длина одежды стала идеальным союзником! «Прорыв» произошел в 1963 году. Длина вещей в «детском» стиле со временем стала еще короче, в 1967-м «минимизировавшись» до узенькой полоски, едва прикрывающей пятую точку, хотя общественное мнение бушевало праведным гневом, а президент США Никсон и его кабинет в унисон с Ватиканом вообще норовили запретить «мини»… Тем не менее, Квант с олимпийским спокойствием продолжала работу над образами «Лолита» и «Школьница» (хотя такие «ученицы» вполне были способны довести до инфаркта любого

преподавателя в возрасте). Вот только предприятиям, выпускавшим чулки, спешно пришлось перестраиваться: в связи с «микроскопическими» юбками в мире наступила эра колготок.

В начале 1960-х годов классический вариант «девушки от Мэри Квант» выглядел так: довольно высокая, худенькая до прозрачности, в неизменной мини-юбке, водолазке с высоким горлом, черных колготках, лакированных туфлях того же цвета или ботинках практически без каблуков – вид одновременно недоступный и безумно сексуальный. В холодную погоду мини-юбка пряталась под макси-пальто и дополнялась высокими сапогами на шнуровке. Таким образом, в обыденную жизнь начал проникать столь популярный в дальнейшем «космический» стиль. Что ж, этот способ бегства от обыденности был далеко не самым плохим! А однотонные «гольфы» постепенно «зацвели» самыми безумными, яркими красками и обзавелись кучей так называемых «безумных принтов». Кстати, подобные вещи, похоже, никогда уже не покинут наших гардеробов: уж слишком удачной и удобной оказалось изобретение английского модельера.

Несколько позже Мэри представила свою коллекцию дождевиков, которые прекрасно сочетались с оригинальными и удобными ботинками на низком каблуке. А в довершение модельер предложила заменить ручные сумочки… рюкзаками на длинных ремнях. К тому же коллекция пополнилась туникой, под которую одевался свитер, платьем-фартуком, бриджами, шортами. Теперь уже клиентами модельера были самые известные люди страны, а район Челси ее стараниями превратился в признанный центр моды.

В 1965 году Квант начала создавать один из элементов элегантности и, по совместительству, извечную «головную боль» прекрасной половины человечества: нейлоновые чулки. Вскоре они стал выпускаться телесного цвета, а затем в продажу поступили разноцветные носочки. В том же году Видал Сассун специально для Квант придумал стрижку «боб». А спустя 12 месяцев Мэри одной из первых в мире основала специальную косметическую серию для подростков; новые средства по уходу за кожей помогали бороться с возрастными «неприятностями», портящими внешность тинэйджеров. В том же году Квант за особые экономические заслуги была удостоена ордена Британской империи и получила столь высокую награду из рук королевы Англии Елизаветы II. Хотя, если быть точным, эта награда трактуется так: за повышение рождаемости в стране… Ведь именно мини, изобретенное (или, во всяком случае, введенное в моду) Квант, спровоцировало в Великобритании настоящий «бэби-бум». На церемонии Мэри, которой едва

исполнилось 32 года, была, естественно, в мини и без шляпки… А впереди модельера ждали приз «За моду», присуждаемый Sunday Times, и звание «Женщина года».

В 1974 году Квант попробовала свои силы и в качестве создателя духов, предложив англичанам аромат Havoc. Но, несмотря на успех новинки, дизайнер быстро охладела к данному виду деятельности, предпочтя все же косметологии моделирование. Худенькая, с короткой стрижкой и огромными глазами, Мэри самим своим появлением в мире моды открыла дорогу на подиумы «тростинкам» – Пенелопе Три и Твигги… Именно тогда по миру начал триумфально шествовать культ болезненной хрупкости и осознания молодости как приметы стильности.

В 1976 году Квант неожиданно отошла от управления собственной компанией. С тех пор она предпочитает работать исключительно в качестве «вольнонаемного» дизайнера, выполняя заказы ведущих мировых Домов моды. Теперь дизайнер сосредоточилась на создании домашней одежды и косметики.

Что ж, автор образа «свингующей девчонки» имеет право менять курс своей собственной жизни. Тем более, что разрешения на это она ни у кого спрашивать не будет… А вот чем порадует Мэри Квант своих клиентов в будущем – предсказать практически невозможно.

КЕНЗО ТАКАДА

(род. в 1939 г.)

Японский дизайнер, благодаря которому современная мода приобрела одежду свободного силуэта, покорившую всю Европу и Америку. Театрализованные показы мод, устраиваемые Кензо, всегда становились событием, привлекающим внимание как мэтров моды, так и обычной публики. Парфюмерная линия Kenzo – это духи с фантазийно-цветочными ароматами, которые соответствуют стилю марки. Кроме того, Кензо прославился как философ. Его учение «номадизм» утверждает, что первоосновой является природа, и только в единении с ней человек может достичь гармонии.

О жизни некоторых людей можно писать детективы, о жизни других – мелодрамы, наполненные кипящими страстями, а о Кензо необходимо рассказывать сказку. Заварите чай, запаситесь печеньем, устройтесь поудобнее – мы начинаем…

Бушует Морской простор!
Далеко до острова Садо
Стелется Млечный Путь.

Путь молодого японца, плывшего на корабле, который

следовал рейсом Токио – Марсель, простирался гораздо дальше острова Садо. 25-летний Такада Кензо направлялся в Париж, который он намеревался покорить. Он был пятым ребенком в семье владельца чайного домика. Семья жила в городке Хиого, расположенном у подножия древнего замка Химейи. Увлечение моделированием одежды у мальчика началось с рассматривания американского журнала «Подсолнух», принадлежавшего старшей сестре. Изображенные в нем модели разительно отличались от людей, которых Кензо видел вокруг. По настоянию родителей после школы юноша поступил в университет Кобе Гэйбо на отделение английской литературы. Через год он бросил учебу и переехал в Токио, где записался на заочные курсы дизайнеров. Чтобы заработать на жизнь, Кензо устроился учеником к маляру.

Падает с листком…
Нет, смотри! На полдороги
Светлячок вспорхнул.

Фортуна впервые улыбнулась ему. Эта барышня вообще питала к молодому японцу сильную привязанность. В 1958 году впервые в Бунка Гакуэн – известную школу модельеров – был разрешен набор мальчиков, и Кензо поступил туда учиться. За свою дипломную работу он получил награду токийского общества дизайнеров одежды Саэн. Молодого дизайнера пригласили на работу в сеть магазинов Сэнаи, для которой Кензо создавал по 40 моделей женской одежды в год. Жизнь постепенно налаживалась, любимая работа доставляла удовольствие и приносила деньги, на которые начинающий модельер купил небольшой домик на окраине Токио. Как и многие, Кензо мечтал о Париже, про который красочно рассказывал побывавший там учитель Кейко, о его гламурном блеске, духе Высокой моды, коллекциях и показах метров. Но Кензо не хотел быть пассивным участником того мира, он видел, как «круглоглазые» женщины Европы покупают изготовленную им одежду. Однажды вечером, вернувшись с работы, он обнаружил письмо, в котором городские власти извещали, что дом подлежит сносу, а владельцу полагается компенсация в размере 350 тыс. йен. Этих денег должно было хватить на поездку и на несколько месяцев жизни в Париже.

1 января 1965 года Кензо сходит с трапа в Марселе и через некоторое время прибывает в город своей мечты. Первое время он снимает небольшую квартиру в районе Клиши, непримечательном ничем, кроме своей дешевизны, подрабатывает, фотографируя на улицах прохожих, и ходит на показы знаменитостей.

Печальный мир!
Даже когда расцветают вишни…
Даже тогда.

Нельзя сказать, что Париж обрадовался маленькому японцу, который не говорил по-французски. «Даже Норт-Дам представлялся мне холодным серым уродом», – вспоминал мастер. Кензо понимал, что его видение моды отличается от того, что предлагали в тот момент дизайнеры. Через полгода бездействия Кензо вновь берется за карандаш. Свои эскизы он предложил нескольким магазинам одежды. Его пригласила на работу текстильная компания Pisanti, работая в которой, Кензо освоил технологию окрашивания тканей. Постепенно его модели начинали появляться на страницах модных журналов.

Тихо, тихо ползи,
Улитка, по склону Фудзи,
Вверх до самых высот!

Кензо продолжал упорно трудиться и настойчиво искать нечто новое – то, что еще не делал ни один европейский дизайнер. Вдохновленный коллекцией Куррежа, он создал 30 моделей, пять из которых приобрел Луи Ферро. Свои модели Кензо шил из японских тканей, которые покупал на блошиных рынках Флеа и Сен-Пьер. На одном из них молодой человек случайно познакомился с владельцем престижной Галереи Вивиен, который предложил Кензо работу в открывающемся магазине винтажной – нечто среднее между антикварной и просто поношенной – одежды. Там 14 апреля 1970 года состоялся первый показ модельера, на котором присутствовало 50 человек. Зрители были поражены не только одеждой, украшенной абстрактно-цветочными узорами, но и музыкальным сопровождением. Раньше манекенщицы перемещались по подиуму только под стук собственных каблучков. На следующий день открылся магазин Jungle Jap, владельцами которого были Кензо Такада и его сокурсница Атсуко Кондо. Вскоре на обложке журнала Elle появилась одна из моделей Кензо, а его самого назвали самым революционным из модельеров. Французам, взбудораженным студенческой революцией, пришлась по вкусу его легкая и свободная одежда. В 1971 году прошла первая демонстрация коллекции дизайнера в Америке, после которой в прессе писали, что «Кензо – самая интересная новость от парижской моды за последние годы». Рекламисты советуют модельеру отказаться от

названия Jungle Jap, поскольку ничего не значащее в британском английском звонкое словечко jap, в американском приобретало негативный оттенок и означало «нападать из засады». В дальнейшем дизайнер подписывает творения своим именем. В 1976 году была официально зарегистрирована марка Kenzo.

1970-е – это годы триумфа Кензо. Демонстрации его коллекций неизменно собирали огромное количество зрителей. За то, что современные показы представляют собой шоу, необходимо поблагодарить двух дизайнеров: Пако Рабанна и Кензо.

Вот из ящика вышли…
Разве ваши лица мог я забыть?
Пора праздничных кукол.

По словам Кензо, в начале 1970-х в Японии существовало два типа кимоно: одно простое и очень строгое, а второе – красочное, как японский театр кабуки. Для дизайна одежды модельер предпочел второй тип. Такими же яркими были и его шоу, которые проводились в самых красивых уголках Парижа и его предместьях: здание биржи, застеленная тканью и засыпанная золотой пылью площадь Виктуар, на которой располагался бутик Кензо, цирк, площадь Трокадеро, замок в Бордо, мост Понт-Неф, специально украшенный тысячами горшков с цветами. А показ коллекции, который должен был состояться на вокзале д'Орсе в апреле 1972 года, пришлось прервать, поскольку манекенщицы не могли протиснуться сквозь толпу собравшихся зрителей.

Кензо называют разрушителем Высокой моды, поскольку вместо подчеркивающих фигуру платьев элегантных оттенков он предложил свободные силуэты и яркие цвета. Постепенно модельер избавлялся от вытачек, нижних юбок и застежек. Кензо сочетает несочетаемое: шотландку и полоски, трикотаж и прямой силуэт кимоно. Асимметрия и запах, расширенные книзу рукава, накладные плечи, просторные свитера – все это дизайнер привнес в современную одежду. В 1977 году Кензо вводит в моду широкий длинный пиджак, в 1978 году появляется силуэт, который оказал влияние на все 80-е годы XX века: короткий широкий пиджак в сочетании с короткими широкими брюками. Кензо выпускает по 5 коллекций в год, и к концу 70-х годов его Модный дом приносит по 200 млн долларов ежегодно.

Модельер с особой любовью относится к национальным костюмам разных народов мира, он считает, что они очень хорошо комбинируются между собой. В его коллекциях встречаются стилизованная униформа гвардейцев и платья

испанских инфант, пышные юбки крестьянок Восточной Европы и традиционные китайские костюмы. Вероятно, поэтому в 1999 году Кензо – единственного из модельеров – наградили американской премией мира с формулировкой «За космополитическую карьеру и стиль, впитавший в себя отголоски самых различных культур и традиций».

В 1980-е человек-цветок Кензо выпускает первую мужскую коллекцию одежды, которая полна неожиданных сочетаний цветов и фактур, а также начинает выпуск духов. Увлечения дизайнера не ограничиваются только миром моды. В 1980 году он снял в качестве режиссера фильм «Мечта после мечты». В 1987 году выходит первый женский аромат Kenzo de Kenzo с фантазийно-природным запахом, за которым следует мужской аромат L'Eau par Kenzo, а затем – целая серия парфюмов Kenzo Jungle и Flower by Kenzo. Наиболее выделяется из этой линии парфюм L'Eau par Kenzo, относящийся к свежим водным. Пожалуй, только Кензо мог использовать для мужского аромата такие необычные компоненты. Верхняя нота духов – это жасмин и сирень, которые плавно перетекают во вторую: листья лотоса и персик (ранее никогда не использовавшийся для сильного пола), и базовая нота – сочетание кедра и мускуса.

В 1990 году умер близкий друг Кензо – Ксавье де Кастелло.

Не из обычных людей
Тот, которого манит
Дерево без цветов.

Впрочем, в этом смысле Мастер не оригинален. В мире моды таких «необычных» людей – большинство. Чтобы как-то заглушить печаль, Кензо погружается в работу. В 1990-х коллекции дизайнера пополняются джинсами, подростковой и домашней одеждой, нижним бельем. Кензо выпускает одежду для детей и взрослых, людей богатых и не очень. «Когда ты вынужден реагировать на тенденции, которые тебе не очень близки… это лишает свободы. Мода – это календарь, всегда надо четко следовать расписанию», – говорил дизайнер, но продолжал оставаться собой, изделия его марки легко узнать среди прочих.

В 1993 году дизайнер продает свой Модный дом концерну LYMH, которому принадлежат Дома Высокой моды Лакруа, Живанши, Кристиан Диор. Сам Кензо остается работать творческим директором в Доме своего имени, а созданием коллекций занимаются француз Жиль Розье – женская одежда и датчанин Рой Крейберг – мужская одежда. Через шесть лет из-за разногласий с руководством по поводу тенденций развития

модного рынка модельер покидает концерн. Кензо заявил: «Пора отдохнуть. Я хочу путешествовать по миру, посвятить себя тому, на что раньше не хватало времени. Я могу себе позволить делать только то, что нравится, даже если это не приносит денег». В его прощальном гала-показе, включавшем ретроспективу 30-летней творческой деятельности, участвовали 800 манекенщиц, среди которых было множество друзей модельера. Одной из них была 80-летняя французская журналистка, которая первой написала о начинающем дизайнере. Среди гостей на показе можно было увидеть Живанши, Тьерри Мюглера, Соню Рикель и Йодзи Ямомото, которые вместе с Кензо преобразили лицо моды.

Если умолкнешь,
Что ты тогда, соловей?
Зеленая птичка.

Когда Кензо ушел из компании, его начали посещать мрачные мысли и он стал задумываться о возвращении на родину и даже о возможном уходе в монастырь. Когда дизайнер начал подыскивать участок для строительства дома в Японии, то понял, что единственное место на земле, где он хотел бы жить, – это Париж, в котором ему так хорошо и уютно и который так его вдохновляет. Вскоре один из домов на Монмартре неподалеку от площади Бастилии, внешне ничем не выделяющийся среди прочих, преобразился внутри. Он приобрел бесконечную перспективу благодаря тому, что двери из каждой комнаты ведут в следующую, наполнился изящными вещицами, собранными по всему миру, множеством статуэток и изображений слонов, которых дизайнер считает своим талисманом, и огромным количеством бонсай и цветов.

Старый колодец в селе.
Рыба метнулась за мошкой…
Темный всплеск в глубине.

Но самым большим украшением является внутренний дворик, оформленный в японском стиле, с садом и прудом с красными карпами, с домиком для чайной церемонии и особой гордостью хозяина – садом камней, который Кензо создавал на протяжении нескольких лет.

15 мая 2002 года Кензо вновь подписал договор с концерном LYMH. Согласно этому договору концерн вкладывает деньги в марку Yume (в переводе «мечта»), которая является

собственностью дизайнера, и отныне Кензо будет заниматься выпуском предметов интерьера. Кутюрье уже выпустил коллекцию керамической плитки и разрабатывает коллекции мебели, посуды и других «модных штучек».

О том, что Маэстро вернулся, парижанам сообщили 180 тысяч бумажных маков, которые в сентябре 2002 года заполонили город. Цветы были повсюду: на остановках, в почтовых ящиках, телефонных будках, фонарных столбах, они даже прорастали сквозь асфальт. К каждому маку была прикреплена записка с историей про цветы, людей и их взаимоотношения. Кензо вновь пригласил человечество «прогуляться по солнечной стороне жизни».

КЛУМ ХАЙДИ

(род. в 1973 г.)

Немецкая топ-модель, признанная красавица Германии. Сотрудничает с самыми престижными модельными фирмами «Гуччи», «Кристиан Диор» и другими. Занимает третье место в мире среди самых высокооплачиваемых моделей (8 млн долларов в год).

Хайди Клум – женщина, добившаяся в жизни всего, о чем можно мечтать. Судите сами: известная всему миру топ-модель, счастливая мать, безумно богатая женщина. Она рассталась с миллионером, будучи беременной от него, а после рождения ребенка вышла замуж за другого мужчину… Ее фотографии можно встретить практически на всех сайтах, посвященных моде и красоте. Неудивительно, что подробности ее карьеры интересуют всех, кто пытается пробиться к славе и стать королевой подиума.

Хайди родилась 1 июня 1973 года в городе Бергиш-Гладбах, на юге Германии. Как и многие молодые девушки во всем мире, она часто представляла себе, как в одно прекрасное утро станет богатой и знаменитой. Позже, когда мечты осуществились, ей казалось, что с самого детства у нее было предчувствие будущего успеха. Как бы то ни было, Хайди приложила массу усилий, чтобы достичь своей цели.

Одна из составляющих успеха Хайди Клум – стремление задавать тон, отсутствие инстинкта подражания более опытным и успешным коллегам. «Я не люблю сравнивать себя с другими супермоделями, – говорила журналистам восходящая звезда модельного бизнеса. – Наверное, потому, что хотела бы утвердить собственное направление работы в нашей сфере». Это жизненное кредо отразилось и на способах, которыми Клум завоевывала популярность. Вместо того, чтобы постоянно появляться на показах моделей в Милане или Париже, она обратилась к модным журналам. И неудивительно: на подиумах зрители оценивают прежде всего коллекции знаменитых дизайнеров, тогда как фото в глянцевых журналах, расходящихся баснословными тиражами, дают возможность оценить обаяние и шарм самой модели.

Вера в будущий успех была настолько безоговорочной, что Хайди Клум зарегистрировала свое имя в качестве торговой марки в самом начале карьеры, когда она еще никому не была известна. Кто-то воспринял это как проявление мании величия, кто-то просто удивился столь странному поступку. Но когда в 1992 году Хайди Клум победила на конкурсе красоты в Мюнхене, этот поступок оценили как весьма дальновидный.

Вскоре после первой победы Хайди перебралась в Нью-Йорк, где на нее обратил внимание репортер журнала «Спорте иллюстрейтед». Лицо Хайди появилось на обложке, сразу же запомнилось читателям и привлекло взгляды мэтров мира моды. Девушке предложили контракты «Гуччи», «Кристиан Диор» и другие именитые фирмы. Ободренная успехом, Хайди охотно сотрудничала с журналами Elle, Vogue, Mary Clare, а престижные рекламные агентства наперебой старались заполучить Клум для различных акций.

Довольно скоро обнаружилось, что новая звезда подиума обладает не только потрясающей внешностью, но и актерскими способностями. Хайди снялась в популярном сериале «Спин Сити», после чего ее рейтинг поднялся еще выше. Средства массовой информации называли ее первой красавицей Америки.

При таком жизненном раскладе Хайди могла бы жить, купаясь в лучах славы и не особенно утруждая себя поисками дополнительного заработка. Однако она понимала, что карьера модели стремительна, но недолговечна. Поэтому она «по совместительству» занялась дизайном: придумала туалетную воду Heidi Klum, создала коллекцию купальников, которая была встречена если не с восторгом, то с одобрением. Несколько позже модель решила выпустить целую парфюмерную линию, и этот проект также оказался вполне успешным. Впрочем, заниматься им Хайди было некогда: показы, конкурсы, интервью отнимали

большую часть ее рабочего дня. Поэтому заботу о парфюмерной линии взяла на себя компания Heidi Klum GmbH, которой управляет ее отец. С января 2005 года Хайди Клум является лицом Макдоналдса, и в этом качестве не раз появлялась в рекламных роликах.

Видимо, помня о тех усилиях, которые затрачивают модели, чтобы поддерживать себя в форме, Хайди наладила выпуск обезжиренных фруктовых конфет Heidi's Fruit Flirtations. Теперь уже имя работало на нее, обеспечивая высокий уровень продаж любых товаров, названных в ее честь и выпущенных под ее руководством.

После дебюта в сериале Хайди поняла, что вполне уверенно чувствует себя в шоу-бизнесе. Съемочная площадка стала для нее такой же привычной, как подиум: с участием Хайди Клум сняты «Студия-54», «Образцовый самец», «Английский цирюльник», «Заколдованная Элла». А в этом году она объединила обе стороны своей карьеры, попробовав себя в качестве ведущей реалити-шоу в Нью-Йорке под названием «Проект подиума». А кроме того – выпустила книгу, посвященную модельному бизнесу.

В личной жизни Хайди Клум все складывалось гораздо сложнее и трагичнее. Те, кто видит моделей в «парадном» варианте, часто воспринимают их как красивых кукол, у которых есть только одно назначение – служить украшением жизни. Именно из-за этого стереотипа судьбы моделей часто складываются не слишком счастливо. Хайди Клум прошла долгий путь, прежде чем нашла свою настоящую любовь.

Первую попытку создать семью Хайди сделала в 1997 года, когда вышла замуж за своего парикмахера Рика Пипино. Об этом браке публике мало известно: во-первых, имидж Хайди требовал, чтобы она оставалась свободной – мечта не может готовить мужу завтрак и стирать рубашки, а во-вторых, сама Хайди не хотела выносить личную жизнь на всеобщее обсуждение. Брак оказался не слишком удачным и супруги расстались. После развода с мужем Хайди некоторое время встречалась с солистом группы Red Hot Chilli Peppers Энтони Кидисом. Но с ним она также не нашла общего языка и рассталась после того, как встретила Флавио Бриаторе, главу «Формулы-1». Не обошлось без слухов: многие говорили, что Хайди в браке с миллиардером интересовали не чувства, а кошелек. Новой любви знаменитой топ-модели было 53 года, к тому же до встречи с Хайди Клум Флавио встречался со знаменитой топ-моделью Наоми Кэмпбелл. Их разрыв был связан с недомолвками и скандалами, подхваченными «желтой» прессой. Истинная причина расставания Наоми и Флавио так и не была названа. Одни газеты писали, что

проблема – в Наоми и в том, что Флавио хотел детей. Другие издания сообщали, что он применял по отношению к Наоми силу и вел себя не по-джентльменски. Как бы то ни было, встретив Хайди Клум, Флавио Бриаторе восторженно живописал перспективу счастливой жизни двух влюбленных людей. Его интервью пестрели заявлениями, что Клум – та женщина, которую он всегда ждал. Модель не могла не откликнуться на такое проявление внимания и ответила Бриаторе взаимностью. Вскоре она забеременела. Впрочем, вскоре журналисты начали замечать, что в жизни «идеальной» пары назревают неприятные перемены.

На Гран-при Монако журналистка Тани Бауэр, наблюдавшая за Хайди и Флавио, заметила, что они не похожи на влюбленных. Несмотря на предстоящий день рождения Хайди, Флавио держался несколько отчужденно. Журналистка поначалу решила, что их поведение – тщательно спланированная акция. Ведь, как известно, не важно, что именно пишут газеты о знаменитостях, – лишь бы не забывали. Но все оказалось куда сложнее.

Вскоре выяснилось, что Флавио познакомился с девятнадцатилетней моделью Ванессой Хилгер, землячкой Хайди Клум. Очаровательная блондинка заставила Флавио забыть о своей прежней любви. Хайди приходилось нелегко. Тем более, что пресса услужливо сообщала все подробности бурно развивающегося романа. Последней каплей стало сообщение, что в тот день, когда Флавио узнал о беременности Клум, его видели с другой женщиной. Хайди решила порвать с человеком, который так жестоко с ней обошелся. Возможно, она еще надеялась на то, что Бриаторе одумается, но он не присутствовал и при рождении дочери, которую назвали Лени. Роды прошли 4 мая без осложнений. А судьба решила сделать модели еще один подарок – новую любовь. Хайди сблизилась с певцом Силом, который отнесся к ней с пониманием и нежностью.

Он сразу же сказал, что будет воспитывать Лени как собственную дочь. Помолвка Хайди и Сила состоялась накануне Рождества в снежной пещере на вершине горы Уислер, куда они прилетели на вертолете. А свадьба состоялась в Мексике. Сил посвятил своей любимой и дочери новые песни и буквально готов был носить жену на руках. В октябре 2005 года Клум родила сына, получившего громоздкое имя Генри Понтер Адемола Дашту Сэмюэл. Она наконец-то чувствует себя не мечтой миллионов, а просто любимой женщиной, у которой прекрасная семья.

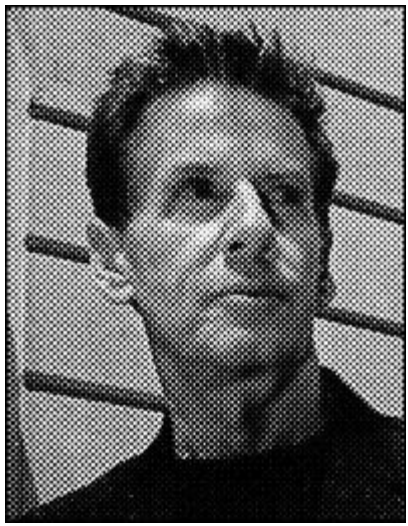
Радость Хайди несколько омрачило только одно: немецкая компания «Отто», специализирующаяся на продаже одежды по каталогам, поспешила разорвать с ней контракт. Довольно

странный поступок, если учесть, что супермодель занималась разработкой дизайна линии женской одежды и одежды для малышей. Хайди Клум тут же обратилась к журналистам: «Не успели мы с Силом сделать официальное заявление, как руководство “Отто” тут же вспомнило об одном из пунктов моего контракта и по причине моей беременности прекратило дальнейшую работу со мной. Так что мне не остается ничего иного, как попрощаться со всеми женщинами и детишками, которым нравилось носить одежду, придуманную мной». Это заявление вызвало бурю возмущения среди читателей, и руководству «Отто» пришлось придумывать собственную версию увольнения будущей мамы. В ответном заявлении сообщалось, что Хайди Клум без уважительной причины пропустила важную встречу с руководством компании.

Впрочем, у Хайди нет серьезных причин для беспокойства. Ее финансовое положение по-прежнему стабильно, и очередное прибавление семейства не скажется на семейном бюджете. А история с «Отто» может послужить ей неплохой рекламой. Во всяком случае оптимизм и жизнелюбие Хайди Клум нисколько не уменьшились. А ее поклонники с нетерпением ждут, чем еще удивит их одна из красивейших и обаятельнейших женщин планеты. Возможно, это будет новый фильм или книга, а может быть, новая коллекция одежды? Но даже если Хайди решит оставить мир моды, забудут ее не скоро – как не забывают любимую музыку.

КЛЯЙН КЕЛВИН

(род. в 1942 г.)



«Сотрясатель» моральных устоев общества. Каждая новая его коллекция вызывает совершенно полярные чувства – от полного неприятия до бешеного восторга. Модельер не просто придумывает одежду, он творит видение современной жизни. Кляйн первым вывел демократические джинсы на подиум, превратив рабочую одежду в объект сексуального внимания. Он считается основателем и идейным вдохновителем популярного молодежного стиля «унисекс» – одежды, рассчитанной на подростков и женского и мужского пола.

Келвин Кляйн родился 19 ноября 1942 года в одном из самых известных городов Соединенных Штатов Америки – Нью-Йорке в семье владельца небольшого продовольственного магазина. Район, где провел детство Келвин, был не самым фешенебельным в городе, и этот факт только подталкивал честолюбивого юношу претворить в жизнь «Великую американскую мечту» – стать знаменитым и создать собственную фирму. «Это как раз то, что мне нравится в Соединенных Штатах, – спустя годы вспоминал Кляйн. – Здесь у всех есть шанс, если у тебя есть необходимые способности и готовность тяжко трудиться».

С раннего детства мальчик любил рисовать, а потом научился и шить. И хотя он проявлял интерес к семейному бизнесу,

примерами для подражания выбрал маму и бабушку. Бабушка научила Келвина шить на швейной машинке, а элегантная мать формировала его вкус, регулярно посещая с ним своих портных и магазины готового платья. Разговоры женщин о модах и фасонах постоянно сопровождали мальчика. Сам Кляйн утверждает, что уже с 5 лет он решил стать модельером. Поэтому после окончания школы у него не было мучительных раздумий, куда идти дальше учиться.

Он оканчивает Высшую школу искусства одним из лучших, затем в 1960–1962 годах учится в нью-йоркском Технологическом институте моды (Fashion Institute of Technology). Следуя заветной мечте, Кляйн не только овладевает теорией, но одновременно проходит практику в ателье, раскраивая чужие костюмы. Потом еще шесть лет Келвин работал в мастерских у различных дизайнеров, рисовал портреты прохожих на улицах Нью-Йорка. Особых доходов ему эта деятельность не приносила, но он набирался опыта. А в свободные вечера создавал свое портфолио.

В 1968 году вместе с другом детства Барри Шварцем Келвин основывает в Нью-Йорке фирму Calvin Klein, Ltd. Деньги на нее были предоставлены Барри, а идеи у Кляйна всегда имелись. И «Великая американская мечта» подростка из Бруклина осуществилась и стала легендой. Келвин сделал свою первую коллекцию и выставил ее на одном из этажей гостиницы. Этажом выше находился бутик. Однажды директор бутика, отправляясь утром на работу, случайно нажал в лифте другую кнопку. Он вышел на этаже, где молодой дизайнер экспонировал свои модели. Одежда Келвина так потрясла бизнесмена, что он сразу же сделал заказ модельеру на сумму 50 тысяч долларов. Эта была настоящая победа, имя Келвина Кляйна становится известным, а материальная независимость дала «возможность творить свой мир моды».

70-е годы XX века дизайнер впоследствии назовет «просто безумными». Попав в богемное общество «золотой» молодежи, Келвин со свойственным молодости оптимизмом предается всем мыслимым порокам – алкоголизму, экспериментам с наркотиками, беспорядочной личной жизни. Но тем не менее, тогда же происходит становление и развитие собственной марки.

Начав деятельность своего ателье с выпуска мужской верхней одежды, Кляйн постепенно переходит к дизайну одежды для женщин. В 1970-е дизайнер адаптировал классический мужской костюм для женской моды. В 1970 году он представил Pea Coat (бушлат) – двубортное короткое пальто с широкими лацканами. Эта модель стала не только хитом сезона, но и определила моду верхней женской одежды почти на целое десятилетие.

Одежда от Кляйна реализовывала основной принцип американской моды: «Самое скромное платье может быть верхом шикарности, поскольку решающий критерий стиля – не что, а как сшито». Поэтому не удивительно, что в 1973 году он был самым молодым дизайнером, получившим престижную премию «Коти» за «утонченную и безупречно сшитую одежду».

В 1974 году Кляйн создает коллекцию аксессуаров и меховой одежды. Но идти по проторенной дороге ему вскоре становится не интересно. И он готовит свою первую «бомбу», одну из тех, которые будут периодически потрясать не только мир моды, но и моральные устои американского общества.

В 1978 году Келвин Кляйн первым в мире создал дизайнерские джинсы. Из одежды недорогой и повседневной он перевел их в разряд одежды для модной, стильной, раскрепощенной и сексуальной молодежи. Превосходный крой идеально облегал фигуру и подчеркивал длину и стройность ног. На заднем кармане помещались логотипы модельера Calvin Klein и Omega.

Рекламу своих джинсов он задумал как сексуально-провокационную. В 1980 году вместе с фотографом Брюсом Вебером был создан рекламный постер джинсов от Келвина Кляйна. Девочка-подросток Брук Шилдс, будущая кинозвезда и секс-символ, призывно улыбалась с рекламных фотографий, а ниже шел текст: «Ты знаешь, что между мной и моими джинсами ничего нет?..» В Америке разразился громкий скандал, дизайнера обвиняли в использовании несовершеннолетних и в «съемках, близких к порнографическим». Скандал устранили, джинсы сняли с производства, и только в 1998 году фирма опять вернулась к ставшей уже классической модели.

В 1982 году Кляйн разрабатывает коллекцию мужского нижнего белья. В рекламе, призывающей носить белье с широкой корсетной резинкой и надписью Calvin Klein, снимаются знаменитый реппер М. Марк и супермодель Д. Вест. Дизайнер впервые, как эстетический элемент, ввел в рекламу полуобнаженное мужское тело. И сколько бы его модели ни обвиняли в излишней сексуальности, Кляйн утверждает, что он «разрабатывает нижнее белье для того, чтобы люди выглядели сексуальными».

В 1980-х годах модельер сосредоточен на выпуске белья и джинсов. А скандалы, так часто сопровождающие его рекламу, становятся частью создаваемого дизайнером облика. Его плакат «Тайная вечеря от Кляйна», на которой воспроизведен известный библейский сюжет, но с полуобнаженными моделями обоего пола в джинсах, потряс пуританское общество. Церковь выставила

дизайнеру иск на миллион долларов, который пришлось уплатить.

1992 год считается датой рождения популярного молодежного стиля «унисекс». Именно тогда Кляйн выпускает рекламный постер с полуобнаженной юной моделью Кейт Мосс и реппером Марки Марком. Модель в образе «своей девчонки» с естественной красотой, «близкой к потребителю», и музыкант походили друг на друга не только прической, лицом и фигурой, но и одеждой. Новую одежду от скандального дизайнера могли носить с одинаковым успехом подростки любого пола. Идея была воспринята на ура и молодежь демонстрировала пристрастие к новому стилю своим кошельком.

В 1999 году модельер опять провоцирует скандал своей рекламой. Кляйн демонстрирует новую линию – выпуск нижнего белья для детей и подростков. Провокационные фотографии с детьми были признаны фривольными. Чтобы избежать более резких обвинений, рекламная кампания была приостановлена, а дизайнер публично принес свои извинения.

Тем временем компания Кляйна бурно развивалась, из маленького ателье он построил многомиллионную империю с ежегодным оборотом около 5 миллиардов долларов. Умелая маркетинговая политика, которая четко создала рекламный образ и устойчивые ассоциации, глубоко проникла в сознание покупателей. Скандалы и конфликты помогли создать оригинальный образ торговой марки, которая стала символом молодости, сексуальности и раскованности. Тем более, что дизайнер одним из первых начал одевать своих клиентов «от и до» – начиная с нижнего белья и заканчивая модными аксессуарами. Укоренившись в США и Европе, фирма в 1990-е годы активно продвигалась на восток, открывая свои бутики в Гонконге, Джакарте, Кувейте.

Одной из составляющих успеха Кляйна является мгновенная реакция на изменение тенденций в мировой моде. На пороге XXI века он одним из первых начал разрабатывать стиль «милитари». Дизайнер выпускает брюки-наколенники, пальто-шинели, юбки до колен цвета хаки.

К своей одежде Келвин Кляйн разработал ряд ароматов, каждый из которых имеет двойника – мужской и женский запах: «Вечность» (1983 г.), «Одержимость» (1985 г.), «Отдушина» (1986 г.). Запахи духов тонко подчеркивают стиль одежды от Кляйна и пользуются неизменным успехом. Поэтому парфюмерная линия «Келвин Кляйн» занимает первое место в мире по количеству подделок. Самый знаменитый аромат фирмы «Противоречие» выпущен в 1998 году; как утверждают, он

рассчитан на тех, кто самостоятельно решает свои проблемы.

Несмотря на скандальную известность, вклад Келвина Кляйна в развитие мировой моды трудно переоценить. И это отмечают его коллеги-модельеры. Трижды он становился обладателем премии «Коти» (1973, 1974, 1975 гг.). Четыре раза удостаивался национальной награды Соединенных Штатов в области моды – American Fashion Awards. Президент CFDA (Совета дизайнеров моды Америки) Стэн Херман при вручении очередной премии подчеркнул: «Награда за вклад в развитие моды присуждается тому, кто занимается своим делом уже долгое время, и в том, что Келвин достоин этого статуса, никто не сомневается».

Покончив с «бурными» 1970-ми, в личной жизни Келвин Кляйн немного остепенился. В 1986 году он женился на своей ассистентке Келли Ректор. Супруги купили дом в Ист-Хемптоне на берегу моря. Модельер ведет здоровый образ жизни – пробежки по утрам, плавание. А свободное время посвящает излюбленному хобби – посещению экзотических ресторанов. Особенно привлекает дизайнера японская кухня. По крайней мере, он утверждает, что хорошая кухня – главное, из-за чего стоит быть богатым и знаменитым. И пока у Келвина Кляйна множество идей и далеко идущих планов, он может быть уверенным, что на самое изысканное блюдо любой кухни мира он заработает.

КОВАЛЬЧУК ДИАНА

(род. в 1982 г.)

Украинская топ-модель, чья головокружительная карьера не перестает удивлять профессионалов; именно эта яркая, колоритная девушка с выраженной индивидуальностью вернула миру моду на кареглазых моделей. Первая представительница своей страны, которой удалось добиться победы на самом престижном мировом конкурсе, организованном профессиональным агентством Elite (1996).

Диана Ковальчук родилась в Украине, в городе Винница, 23 февраля 1982 года. «Звездочка» подиума окончила школу им. Ивана Франко (с углубленным изучением английского языка). Кроме того, в активе девушки – диплом школы моды Сергея Чудовского.

Фактически в мир моды Диану «протолкнула» ее мать: именно Ковальчук-старшая первой поняла, что яркая внешность и особый шарм, присущие девочке от рождения, могут определить ее будущее и посему требуют особого внимания и развития. Мама привела Диану в школу моды и всячески способствовала получению ею разносторонней качественной профессиональной подготовки. В мае 1996 года женщина решила, что ее дочь вполне может составить серьезную конкуренцию прочим участницам отборочного конкурса на звание «Лучшей модели Украины»,

который проводился в Киеве. Решительная дама настроила девочку на то, что ее ждет успех. И как оказалось, не зря… Диана заняла на конкурсе второе место, а киевское модельное агентство «Линия-12» приобрело еще одну очаровательную модель; кстати, эта организация сотрудничает с Red Stars – российским филиалом крупнейшего модельного агентства в мире Elite (на сегодняшний день более авторитетного «имени» в данной области просто не существует). В том же году пять победительниц конкурса получили приглашение посетить Турцию. А уже в июне Ковальчук разделила первое место на московском финале Elite Model Look с Ольгой Отроховой.

С местом работы девушке явно повезло: блестящая репутация и лучшие рекомендации известных модельеров помогли «Линии-12» стать самым успешным и ведущим агентством Украины, известным далеко за пределами Восточной Европы. Ведь начинающая модель не может самостоятельно найти для себя работу – этим как раз и занимается агентство. А поскольку «Линия-12» успешно сотрудничает с крупнейшими организациями планеты в данной области, Диана Ковальчук быстро «засветилась» на модельном Олимпе и познакомилась с людьми, которые помогли ей войти в элиту мира моды.

1996 год стал поистине «золотым» для девушки. Осенью Диана получила еще один подарок от благосклонной судьбы: она приняла участие в XIII международном финале конкурса Elite. Впервые подобный конкурс проводился еще в 1983 году. Его организатор Джон Касабланкас таким образом старался отыскать новые лица для мира моды. Начинание прошло на ура: в считанные годы конкурс Касабланкаса превратился в самое престижное шоу, мечту и надежду начинающих моделей, став одним из наиболее значительных событий года. На сегодняшний день в таком мероприятии принимают участие представительницы 60 стран мира.

Итак, 17 сентября 1996 года Ковальчук вышла на сцену фешенебельного зала «Акрополис» в Ницце, на юге Франции, где, собственно, и проходило финальное шоу. 14-летняя Диана поразила членов жюри не только своей внешностью, но и удивительным самообладанием, которое помогло самой юной конкурсантке не растеряться, не «утонуть» в тени более взрослых участниц и показать себя с самой привлекательной стороны. А ведь выступления девушек оценивали такие знаменитости модельного мира, как сам Джон Касабланкас – президент и основатель международной сети Elite, лучший фотограф мира Патрик Демаршелье, президент компании «Сальвадор Дали» Жан-Пьер Гривари, президент агентства Elite-Europe Джеральд Мари,

фотограф Питер Линдберг (он входит в тройку лучших в мире), топ-модели Амбер Валетта и Карэн Мюльдер. Председателем жюри тогда выступил известный музыкант и продюсер Куинси Джонс (именно он «создал» некогда короля поп-музыки Майкла Джексона). Диана сумела в буквальном смысле покорить сердца этих «закаленных красотой» профессионалов. Юное создание заставило жюри откровенно изумляться ее шарму и способностям. Украинка стала победительницей конкурса; вслед за ней на подиумах вновь воцарились кареглазые модели. Патрик Демаршелье, чье мнение очень много значит в мире моды, отметил красоту, целеустремленность и бешеную трудоспособность этой участницы финала, заявив, что девушка «просто родилась топ-моделью и ее ждет яркая и долгая карьера».

Кстати, Ковальчук, кроме всего прочего, оказалась первой представительницей Украины, сумевшей победить в конкурсе Elite Model Look. Правда, для этого потребовалось приложение множества усилий не только со стороны самой конкурсантки, но и «Линии-12», а также… Министерства иностранных дел Украины. Дело в том, что после успешного отборочного тура на международный конкурс, организованного Red Stars, Ковальчук должна была представлять Россию… Однако все старания оказались не напрасными: Диана победила именно как конкурсантка от Украины и проторила дорогу к вершинам модельного мира своим коллегам-соотечественницам.

Успех Ковальчук был ошеломляющим; немалую роль в нем сыграло и портфолио девушки, выполненное Леонидом Найдюком – киевским фотографом с мировым именем. Фотографии работы этого мастера получили высокую оценку дирекции Elite. Портрет и фоторепортаж, созданные Найдюком специально для конкурса, специалисты признали лучшими из портфолио, представленных участницами.

Сразу же после финала журнал Photo опубликовал большой репортаж о юной победительнице, поместив ее портрет на обложке. Далее Ковальчук получила предложения на участие в съемках практически от всех известных мировых изданий: Elle, Marie Claire, Anna, Arnica, Glamour, L'Officiel, Mademoiselle, Cleo… Девушке довелось работать с лучшими фотографами мира: Хельмутом Ньютоном, Патриком Демаршелье, Фридманном Гауссом, Тони Менегуццо, Паоло Барбьери, Ричардом Фиббсом, Тобиасом Зариусом, Джонатаном Гленном Смитом, Джеффом Манцетти. А фотограф журнала Vogue Тьенн заверил, что он и его коллеги всегда будут рады видеть Диану в своих фотостудиях. Недаром ведь Ковальчук в первые же дни после победы получила новый специальный альбом профессиональной модели,

выполненный самим Патриком Демаршелье… О таком повороте событий мечтают самые известные манекенщицы, а Диана стала «баловнем судьбы» еще в начале карьеры.

После конкурса девушка была сразу же представлена крупнейшим косметическим фирмам, в числе которых оказались и столь влиятельные, как L'Oreal и Salvador Dali. Жан-Пьер Гривари предложил Ковальчук участвовать в рекламной кампании новых духов Dalimix – аромате будущего, который, по утверждению создателей, олицетворяет любовь, юность и красоту. Кстати, на первом этапе акции Диана работала в паре с известной топ-моделью, обладательницей титула «Мисс Франция-91» Маревой Жоржес. Но главным призом, который получила украинская модель на мировом конкурсе в 1996 году, стал двухлетний контракт с Elite.

Практически все победительницы конкурса самого влиятельного профессионального агентства в мире быстро отрабатывают свой призовой контракт. Диана не стала исключением из правила, сразу же после победы укатив в Париж по личному приглашению знаменитого итальянского дизайнера Джанфранко Ферре. Кутюрье «клюнул» не только на природную красоту украиночки; Ферре поразило то, с какой самоотдачей работала девушка. Мастер оценил и яркую индивидуальность начинающей модели, сумевшей всего лишь за полгода сделать головокружительную карьеру.

После столь громкого начала Диана приняла участие в показах для дизайнеров с мировыми именами, сотрудничала с Энрико Ковери, Марком Бауэром, Фернандо Санчесом и многими другими. А продолжила отрабатывать контракт Ковальчук в Нью-Йорке, в агентстве Elite New York.

Интересно, что, несмотря на успех, сопутствующий всем ее начинаниям, Диана не стала жертвой звездной болезни, умудрившись сочетать красоту физическую с красотой духовной. Девушка не ведет жизнь бабочки-однодневки, у нее имеются серьезные намерения относительно собственного будущего. А для начала она не бросила занятия в школе, сумев сдать экстерном все экзамены, и «мимоходом» овладела несколькими иностранными языками. Да, век модели недолог, но задумываются над этим, похоже, только лучшие из лучших. Так что, скорее всего, после «выхода на пенсию» Диана Ковальчук все равно окажется в центре внимания профессионалов и публики, – но уже в качестве модельера или дизайнера…

КОППОЛА АЛЬДО

Один из ведущих стилистов мира, самый знаменитый парикмахер Милана. На протяжении своей карьеры работал с такими выдающимися моделями, как Наоми Кэмпбелл, Клаудия Шиффер, Линда Евангелиста, Кейт Мосс. Его услугами пользуются крупнейшие Дома моды – Giorgio Armani, Gianfranco Ferre, Valentino, Dior, Moschino, Calvin Clein. Созданная им компания насчитывает 55 салонов по всему миру; первые из них начали работать в Риме, Флоренции, Монте-Карло, Москве. Группа Альдо Коппола способна удовлетворить запросы и вкусы более чем 700 000 клиентов в год.

От того, как мы причесаны, зависит очень многое. Еще в Древней Индии считалось, что даже если женщина роскошно одета, умело накрашена и умеет изящно двигаться, небрежность в прическе перечеркнет все ее достоинства. А известная американская писательница Летиция Болдридж как-то сказала: «Мужчина номер два в жизни женщины – ее парикмахер». Настоящий мастер своего дела не столько укладывает и подстригает волосы, сколько создает некий образ – то романтичный, то изысканно-строгий, то несколько легкомысленный… К числу подобных мастеров принадлежит и Альдо Коппола, который является «мужчиной номер два» для огромного количества элегантных женщин.

Нельзя сказать, что биография этого стилиста изобилует неожиданными поворотами и зигзагами. Создается впечатление, что он родился именно для того, чтобы стать стилистом. Свою

блестящую карьеру Альдо Коппола начал 12-летним подростком, когда помогал отцу в парикмахерской. То ли сказалась наследственность, то ли Альдо был очень хорошим учеником, но всего три года спустя, в 15-летнем возрасте, он удостоился первой профессиональной награды. В начале 60-х годов прошлого столетия Коппола был самым молодым парикмахером, удостоенным почетного звания Master of Art.

Это способствовало росту его популярности, и в 1964 году в Милане открылся первый салон Aldo Coppola. Одновременно с изобретением новых образов стилист (именно этим словом называет себя Альдо Коппола – слово «парикмахер» кажется ему слишком приземленным) начал сотрудничество с авторитетными модными журналами. Придуманные и созданные им прически фотографировали лучшие из лучших фотографов – Оливерро Тоскани, Фабрицио Ферри, Хельмут Ньютон. Фамилия Коппола замелькала на страницах самых престижных изданий – Vogue, Elle, Marie Claire, Arnica, Grazia. Благодаря этим изданиям Альдо Коппола попал в сферу внимания крупнейших Домов моды. Коллекции Миссони, Версаче, Армани, Валентино, Ферре стали демонстрироваться при активном участии итальянского стилиста. Его стараниями модели выглядели элегантно и естественно, одновременно оставаясь загадочными и прекрасными. Когда несколько лет назад журналисты задали Мастеру вопрос: как несколькими словами можно охарактеризовать его стиль? – он ответил: «Естественность, красота, практичность и элегантность. Пожалуй, все».

За кажущейся простотой этой формулы кроется огромный труд. Каждой женщине известно, сколько усилий требуется для создания прически, которая бы смотрелась изящно и в то же время не требовала длительной укладки. Красота волос должна быть естественной – именно поэтому Коппола крайне редко прибегает к такому «сильнодействующему» средству, как краска для волос: «Женщина должна вымыть голову, встряхнуть волосами и остаться довольной тем, что увидит в зеркале. С перекрашенными волосами так не получится».

Трепетное отношение к красоте, которую Коппола считает отражением внутренней гармонии, оказывает влияние и на его подход к моделированию причесок: «Когда я открыл свой первый салон, я запретил мастерам пользоваться бигуди. Просто выбросил все бигуди! Никто не верил, что женщину можно сделать красивой без использования бигуди. А я всегда знал, что если женщина умеет улыбаться, то достаточно ее правильно подстричь – и она уже будет красавицей. И даже если она не умеет улыбаться – достаточно ее правильно подстричь, и она

улыбнется, и станет красавицей». Он предпочитает стрижки, которые выглядят так, будто были уложены буквально за десять минут. Благодаря идеально выверенной форме они позволяют вести активный образ жизни и не думать о том, что после купания в море или утренней пробежки волосы будут выглядеть неухоженными. С легкой руки Альдо выглядеть «только что из парикмахерской» стало немодно, и эта тенденция останется актуальной еще долго.

Коппола проявил себя не только в качестве талантливого стилиста, но и как выдающийся бизнесмен. Он стал основателем целой сети салонов красоты, в которых работали обученные им стилисты. Спустя 40 лет после открытия первого салона империя Aldo Coppola насчитывала сотни центров красоты, расположенных в крупнейших городах мира. За право открытия салона под известной всему миру вывеской основатели платят немалые деньги (порядка 30 тысяч долларов в качестве первого взноса, плюс ежемесячные отчисления). Если прибавить к этому обучение персонала и создание пристойного интерьера – получаются весьма приличные деньги. Но несмотря на это количество салонов постоянно увеличивается, и бизнес, выросший на стремлении людей выглядеть красиво и стильно, процветает. Сам маэстро нередко приезжает в названные его именем парикмахерские, и в такие дни клиенты спешат заранее записаться в очередь к самому Альдо Коппола. В остальное время филиалы работают автономно, руководствуясь общим направлением, которое диктует компания. В Милане и Москве действует Академия стилистов Aldo Coppola, что способствует развитию новых подходов к созданию образов и продвижению эксклюзивного стиля. Занятия проводят квалифицированные преподаватели, имеющие значительный опыт совместной работы с Альдо Коппола и безукоризненно владеющие техниками стрижки. Но что больше всего нравится клиентам – в салонах Альдо Коппола обращают внимание не только на внешний вид, но и на их настроение. Дорогие интерьеры, безукоризненная вежливость, искренний интерес к каждому – все это составляющие успеха бренда Aldo Coppola.

Его имя стало таким же привлекательным, как имена выдающихся дизайнеров одежды, и пользоваться услугами талантливого мастера стремилось немало знаменитостей. Среди его клиентов были знаменитые топ-модели – Наоми Кэмпбелл, Карла Бруни, Клаудия Шиффер, Линда Евангелиста, Жизель Бундхен, его услугами пользовались Наталья Ветлицкая, Филипп Киркоров, Кристина Орбакайте. Для каждого из них мастер создавал что-то уникальное и неповторимое – но настолько

заманчивое, что многим хотелось «примерить это» на себя.

Альдо Коппола – не только сеть салонов красоты, но и линия косметики по уходу за волосами. Все косметические средства создаются из натуральных компонентов и действуют очень мягко. Впрочем, изредка Коппола пользуется и чужой косметикой – но только в тех случаях, когда речь идет о рекламной акции или он является консультантом производящей ее компании. В последнее время он занимается также имиджем компаний, не имеющих прямого отношения к миру моды: Swath, Bulgari, Renault, Peroni.

Постоянно вращаясь среди знаменитых модельеров и участвуя в самых авангардных проектах, Коппола все же отдает предпочтение более традиционным вещам. Большую часть его гардероба составляют джинсы и водолазки, солнцезащитные очки – синие или зеленые – прекрасно с ними сочетаются. Для парадных выходов маэстро выбирает модели от Армани и Кензо. Увлечения Копполы также можно назвать классическими: у него несколько собственных лошадей, на которых он временами совершает прогулки. Как и большинство итальянцев, маэстро любит изысканную еду. А когда хочется отдохнуть от суеты, он отправляется на рыбалку.

КРОУФОРД СИНДИ

Полное имя – Синтия Энн Кроуфорд

(род. в 1966 г.)

Известная американская супермодель и киноактриса, снявшаяся для обложек более 400 журналов и в 11 различных фильмах. В разные годы она была лицом фирм «Ревлон», «Пепси-кола», «Омега» и многих других, ведущей многосерийного телефильма о моде «Дом стиля» на канале MTV (1989–1995 гг.). Автор трех комплексов упражнений для поддержания физической формы, книги About face о воспитании детей.

Синди Кроуфорд, особо не задумываясь, можно причислить к представителям, казалось бы, бесконечной череды американских «сэлфмейкеров» – бедных людей, которые благодаря своей настойчивости и труду, а порой и счастливому случаю, достигли небывалых высот в карьере и стали знаменитостями и всеобщими любимцами. В судьбе этой женщины словно соединились две сказки: про трудолюбивую Золушку и Гадкого утенка, превратившегося в прекрасного лебедя. Но, видимо, есть в недостижимой, на первый взгляд, красавице что-то особенное и неповторимое. Глядя на ее фигуру, женщины не вздыхают с завистью, а понимают, что мечты о прекрасном теле вполне

реальны (ведь Синди, как и большинство представительниц прекрасного пола, говорят, склонна к полноте, что не может им не льстить), а мужчины смеют мечтать о такой, как она, во снах (ведь модель не только бизнес-леди, но и вполне земная любящая жена и мать).

Синтия Энн Кроуфорд родилась в провинциальном городке Де Калб (Иллинойс, США) 20 февраля 1966 года в семье электрика и медсестры. Девочка росла не красавицей: длинная, худая, нескладная, большеротая и с ужасной родинкой возле рта. Ни одна из дочерей – ни Крис, ни Дэниел, ни Синди – не была отцовской любимицей, поскольку тот очень хотел сына и к тому же полагал, что «девочки все тупые». Да и мать не переставала «подбадривать» дочь: «Пусть другие девочки выходят рано замуж и рожают детей. С твоей некрасивой внешностью, Синтия, ты должна всю свою жизнь посвятить науке». Но именно она помогла ей поверить, что красота – еще не залог успеха. К слову сказать, в семье Кроуфорд царили не по годам пуританские нравы: родители учили детей всем развлечениям и компаниям предпочитать чтение книг; спать девочки ложились не позже девяти вечера, а про макияж и речи быть не могло.

Через несколько лет положение сестер усложнилось еще больше: в трехлетнем возрасте умер от лейкемии долгожданная радость главы семейства – сын Джефф. Отец полностью замкнулся в себе, и мать старалась, чтобы девочки как можно реже попадались ему на глаза. Синтия, чтобы порадовать папу, приносила из школы одни пятерки. Тогда же она выбрала для себя профессию врача – то ли чувствуя свою вину в смерти брата, то ли просто для того, чтобы доказать отцу, что девушки тоже бывают умными: она надеялась, что он наконец-то полюбит ее. В будущем, чтобы не угас род Кроуфорд, она сохранит свою девичью фамилию. А пока что по вечерам девочки собирались в спальне и болтали: Крис и Дэниел мечтали о временах, когда станут известными моделями, а их сестра просто поддерживала разговор, считая подобные надежды бредом.

Тем не менее, врачом Синтия не стала. По настоянию матери, которая считала, что дочери стоит делать карьеру в науке, она поступила в Северо-Западный университет Иллинойса – лучший во всем штате – на специальность инженера-химика и отличной учебой добилась для себя стипендии. Что было весьма кстати: у отца начались проблемы с сухожилием, вследствие чего он не мог работать в полную силу и семье стало не хватать денег. Поэтому девушка, чтобы хоть как-то помочь, начала работать в супермаркете и забегаловках, а летом – как и большинство молодых людей сельскохозяйственного Иллинойса – собирая

кукурузу на полях.

Недаром шутят, что супермодель Синди Кроуфорд нашли не где-нибудь, а именно в кукурузе. Журналист местной газеты делал репортаж о полевых рабочих, много фотографировал, и снимок Синтии вскоре попал в статью как пример «стандартной» провинциалки. Вслед за первой публикацией последовали другие, в более серьезных изданиях, в одном из которых, словно по велению волшебной палочки, Кроуфорд увидел всемирно известный фотограф Скребневски. Он-то первым и сделал ставку на закомплексованную, полностью погруженную в учебу девушку, предложив ей сделать несколько профессиональных фото. И завертелось…

Портфолио Синтии стараниями Скребневски попало в несколько профессиональных модельных агентств. И когда ее приняли в чикагский филиал Elite Model, это была лично его заслуга: в то время Кроуфорд представляла собой нечто непонятное, отличавшееся лишь высоким ростом. А остальным – походкой, постоянно сутулой спиной (чтобы не казаться выше остальных), неумением делать макияж, быть раскованной перед камерой и просто в общении – Синди гордиться не приходилось. Но за девушку поручился сам Поставщик моделей, и ее взялись учить. Для этого ей пришлось бросить университет, привычную размеренную жизнь и переехать сначала в Чикаго, затем в Лос-Анджелес, а позже в Нью-Йорк. Родители ее не держали, но так и не поняли: «У тебя могла бы быть такая замечательная работа – химик, а ты в погоне за не пойми чем меняешь ее на профессию, которой нет…»

Но Синтия, единственная из сестер даже не помышлявшая о карьере модели, стала ею. Шаг за шагом она постигала нелегкие азы модельного бизнеса: для начала агентство посадило ее на жесткую диету со специальным гимнастическим комплексом, чтобы девушка сбросила лишние килограммы и ее движения приобрели плавность, затем начались уроки движения по подиуму, макияжа, поворотов головы, «профессиональных» улыбок. В таких условиях лепилось теперь уже знаменитое тело Синди Кроуфорд и закалялся ее дух. Звезда ее зажглась в 1983 году с победы в международном конкурсе Elite Model Look. Один за другим последовали приглашения от модных журналов «Вог» и «Космополитен», в которых она снялась для обложек. Однако в заметно похорошевшей, уже раскрепощенной девушке всех смущала одна деталь – уродливая родинка над губой. В конце концов агентство поставило Синди условие: срочно удалить ее. Она согласилась, но вскоре, представив себе врачей и вид крови (чего она с детства боялась), категорически отказалась от

операции. Сейчас ту самую спасенную родинку журналисты называют фирменным знаком Кроуфорд, а в модельном бизнесе появилась мода на манекенщиц с пикантными «отметинами».

За несколько лет Синди стала одной из самых высокооплачиваемых и признанных представительниц модельного бизнеса. Успех пришел к ней стремительно и, можно с уверенностью сказать, надолго: и если в начале карьеры девушку назвали Младенец Джиа, сравнивая ее с известной моделью Джиа Каранджи, то вскоре она стала просто Синди Кроуфорд. Но вместе с успехом появилось и море слухов: ведь модельный бизнес считается одним из самых «грязных» в мире, – и большинство из них, естественно, касалось интимной жизни красотки. Долгое время судачили о ее далеко не невинных отношениях со Скребневски: недаром он оставил свою протеже в 1988 году, практически сразу после ее скандально известных съемок в обнаженном виде для июльского номера журнала «Плейбой». Синди была первой из супермоделей, снявшейся для этого издания; она прокомментировала свой шаг так: «Я не возражаю, если кто-нибудь захочет повесить мое изображение на свою стену, если это кому-то поможет чувствовать себя хорошо. Это красивый и легкий путь для меня доставить им удовольствие».

Первой любовью Синди стал студент Ренд Гербер, с которым девушка познакомилась в нью-йоркской фотостудии во время совместных съемок в рекламе купальных костюмов и принадлежностей для плавания. Позже Кроуфорд нескромно призналась представителям прессы: «Он был моей первой большой любовью в жизни. С ним я пережила свой первый оргазм на заднем сиденье его подержанного “мустанга”…» Но прошло немного времени, и модель, нуждаясь в профессиональной поддержке, ушла от Ренда к какому-то фотографу. Тем не менее, Гербер остался «лучшим другом самой красивой женщины мира», и она никогда не забывала о нем: за ее счет Ренд окончил учебу в Гарвардской школе бизнеса и купил свой первый ночной клуб, назвав его в честь девушки – «Синдирелла».

А в 1991 году он стал одним из четырех свидетелей на «королевской свадьбе». В одной из церквушек Лас-Вегаса сочетались браком супермодель Синди Кроуфорд и любимец всех женщин актер Ричард Гир. Вся свадьба обошлась новобрачным всего в 500 долларов: они надели друг другу кольца, сделанные из фольги от жевательной резинки, а отметили это событие в ближайшей забегаловке пивом и гамбургерами.

Синди и Ричарда сразу же назвали самой красивой парой Голливуда, но для модели радость замужества уже через

несколько дней была омрачена странным поведением мужа: тот, даже не подумав о новоиспеченной супруге, улетел к далай-ламе. И в будущем основные недоразумения возникали именно из-за увлечения Гира буддизмом. Он мог часами медитировать, общаться с друзьями, полностью позабыв о существовании Кроуфорд. К тому же ни Ричард, ни она не хотели жертвовать карьерой ради семьи и многие недели проводили врозь на съемках, и, что самое страшное, модель, в отличие от Гира, хотела иметь детей. Очень скоро газетчики заподозрили неладное, и вскоре «королевская свадьба» превратилась в «самый фальшивый брак Голливуда». Синди застали целующейся с Крис Тарлингтон и сразу же заподозрили в нетрадиционной сексуальной ориентации, навязчивые слухи о гомосексуальности Гира ходили уже давно, и семье вменили в вину брак ради паблисити. Супруги, уставшие от сплетен, выкупили в лондонской газете «Таймс» целую полосу (это удовольствие обошлось им в 30 тыс. долларов) и 6 мая 1994 года опубликовали совместное обращение, в котором заявляли, что являются гетеросексуалами и очень любят друг друга. А через месяц после этого эпатажного признания на весь мир последовал… развод. Гир предоставил Синди возможность заниматься переделом имущества, а сам улетел к далай-ламе… Но сколько бы грязи бывшие супруги ни вылили друг на друга (а бывало и такое), модель говорит о разрыве: «Ричарду было 40 лет, он хотел уехать в Индию и жить в палатке. А мне было 22, и я хотела надежный тыл и белую акацию под окном», и добавляет, что «была слишком молода и неопытна», и это стало основной причиной развода.

Но именно на четыре года брака с Гиром пришелся настоящий взлет Кроуфорд в кино. Они поддерживали друг друга если не в жизни, то уж в работе точно. Гонорары Ричарда почти сразу после свадьбы увеличились на несколько порядков, а Синди стала чаще мелькать на экранах телевизоров и в различных проектах. Надо сказать, что в большинстве фильмов ей доверяли играть… саму себя! Один из них представляет особый интерес для мужчин: это «Секс с Синди Кроуфорд» (1998 г.) – первый опыт модели в компьютерных съемках во время трехгодичного проекта с сетью ABC. В «Кошачьей походке» и «Расстегнутой молнии» (оба в 1995 г.) ей достались выразительные эпизоды, а боевик «Честная игра» стал первым фильмом, где Кроуфорд сыграла главную героиню. После выхода на экраны этой ленты она еще пять лет оставалась на вторых ролях. И только в 2000 году модель пригласили сняться в одной из главных ролей картины The Simian Line, которая стала, по мнению критиков, первым шагом Кроуфорд в «серьезное кино».

Отдельно в фильмографии модели стоит многосерийный телефильм о модных тенденциях в мире «Дом стиля», контракт на ведение которого Синди заключила в 1989 году с телеканалом MTV и чьей единовластной мистрессой оставалась в течение шести лет. А хитом для женщин являются комплексы упражнений для поддержания и корректировки физической формы «Как достичь совершенства», «Новое измерение» и «Секрет идеальной фигуры». Все они самостоятельно разработаны Кроуфорд, так как модель считает, что ее тело весьма приближено к стандартам большинства представительниц прекрасной половины человечества среднего возраста.

После разрыва с Тиром Синди пережила краткосрочные романы с Джорджем Клуни, Доном Джонсоном, Робертом де Ниро и Сильвестром Сталлоне. Карьера ее не стала менее успешной, скорее наоборот: например, реклама женского белья Hennes & Mauritz получилась столь живой и пикантной, что норвежская полиция попросту срывала плакаты в страхе, что мужчины-водители будут слишком отвлекаться от дороги. Синди уже могла себе позволить выбирать модельеров, чьи коллекции хотела бы демонстрировать (а это Роберто Кавалли и Джорджио Армани), но тем не менее именно ей принадлежат знаменитые слова: «Трудно участвовать в показах в окружении сорока самых красивых женщин мира – ты видишь только свои недостатки, а их недостатков не замечаешь!» Контракты с такими фирмами, как Omega, Pepsi, JH Collectibles, Capezio Bags, Ellen Tracy, Hoop SA, внесли ее имя в список самых богатых женщин мира с состоянием более 35 млн долларов. А трехмиллионный контракт на три года с ведущим производителем косметики «Ревлон» перерос в 11 лет тесного обоюдовыгодного сотрудничества. Кто не помнит шикарную женщину-вапм с кроваво-красными губами, то и дело мелькавшую в журналах и в телерекламе на обязательном белом фоне?!

Но время шло, и с каждым годом Синди Кроуфорд все больше думала о своем желании иметь семью и детей. Ее помолвку с Рендом Гербером, в то время уже владельцем известной сети ресторанов и ночных клубов, в январе 1998 года можно смело назвать экстравагантной выходкой – ведь модель первая сделала лучшему другу предложение руки и сердца: «Ренди, женись на мне, а?» – так она потом вспоминала этот момент. И последующая свадьба разительно отличалась от предыдущей: никаких закусочных и хипповатых колечек, вместо них – алтарь на пляже одного из Багамских островов и романтические жених с невестой. Синди сообщила затем прессе: «Мне пришлось через многое пройти, мне понадобилось 15 лет, чтобы я поняла, что мой

лучший друг Ренди Гербер и есть мужчина, с которым я хочу прожить всю жизнь». Уже 2 июля 1999 года у супругов родился сын Пресли Уолкер, которому прочат небывалую славу в будущем, ведь он уже вложил свою лепту в семейный бизнес – вплоть до восьмого месяца беременности его мама снималась обнаженной для различных изданий. Кроуфорд же призналась после родов: «Только сейчас я могу сказать, что я – личность. Я выполнила свое природное предназначение», – и добавила, что они с мужем хотят еще одного ребенка и «быстро». И девочка, нареченная Кайя Джордан, появилась на свет в лос-анджелесском доме семейства спустя два года, 3 сентября 2001 года.

Материнство прибавило Синди Кроуфорд новых забот, и она почти полностью отказалась от работы на подиуме, оставшись лишь фотомоделью. Но ее сотрудничество с фирмой «Ревлон» неожиданно для всех прервалось в том же 2001 году и стало причиной многих слухов и споров. В кулуарах шепчутся, что все дело в ее возрасте (на тот момент модели исполнилось уже 35 лет), а руководство компании заявило, что просто хочет сменить имидж. Синди же признается: «Конечно, я расстроена. Я согласна, что реклама должна меняться, и я говорила об этом много лет, но сейчас я чувствую себя, как младенец, выброшенный из своей кроватки», – но тем не менее считает, что «Ревлон», отказавшись продлить контракт, потерял в ее лице возможность использовать образ зрелой женщины.

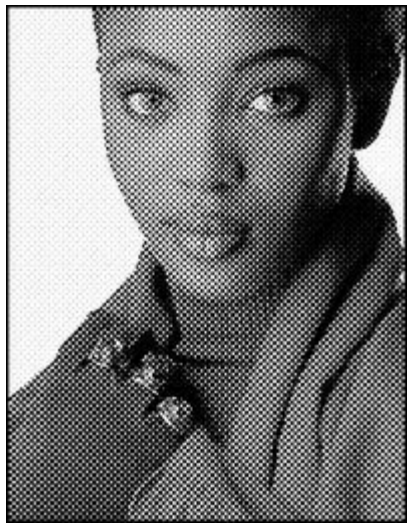
Кроуфорд унывать не собирается: после рождения Пресли она написала книгу About Face о том, как родителям стоит вести себя со своими детьми, а с прибавлением в семье Кайи подумывает сочинить книгу для детей и активно сотрудничает с сайтом babystyle.com. Увлекшись во время беременности йогой, Синди создала несколько новых комплексов упражнений на ее основе, в том числе для будущих и молодых мам. Она разрабатывает аромат собственных духов и линию косметики, приняла участие в презентации новой куклы Барби – точной ее копии, работает для ABC Television и ведет передачу Shape your body, разработанную совместно с известным тренером по шейпингу… Она говорит, что имеет массу планов и не собирается останавливаться на достигнутом.

В марте 2002 года Синди Кроуфорд после трехлетнего перерыва наконец-то вернулась на подиум во время Недели Высокой моды в Москве. На дефиле она представила несколько моделей своего любимого модельера Роберто Кавалли, и ее появление сопровождалось бурной реакцией поклонников моды. Но представитель Кавалли сказал, что «Роберто просто попросил ее участвовать в показе, и она согласилась. Она всего лишь

сделала одолжение другу». Да и сама Синди понимает, что ее модельная карьера практически окончена: «Всему свое время. Только сейчас я по достоинству смогла оценить нормальные человеческие радости. Мне нравится быть любимой женой и заботливой матерью. Слава богу, что у меня хватило ума и терпения дождаться именного того мужчину, с которым я буду счастлива всю жизнь». Но как бы то ни было, Синди Кроуфорд по-прежнему остается всеобщей любимицей, одной из самых известных и, без сомнений, красивых женщин во всем мире.

КЭМПБЕЛЛ НАОМИ

(род. в 1970 г.)



Известная фотомодель и манекенщица, которой журналисты дали прозвища Черная пантера, Мисс шоколад, Королева ночи. Сама красавица считает себя человеком добрым, покладистым и терпеливым, а вот «акулы пера» окрестили ее «самой стервозной моделью мира»…

Эта фантастически эффектная чернокожая покорительница сердец родилась в Англии, в Стритхэме (Южный Лондон), 22 мая 1970 года. С детства Наоми вела «тихую войну» за то, чтобы на нее обратила внимание… ее родная мать! Миссис Кэмпбелл была знаменитой танцовщицей, и в отношении дочери придерживалась жесткой политики. Девочка постоянно «откалывала номера», что-то придумывала, лишь бы только привлечь внимание строгой родительницы, показать, что она достойна маминой любви. Между двумя красавицами – взрослой и крохотной – царило своего рода соперничество.

Однако миссис Кэмпбелл обратила внимание на Наоми лишь тогда, когда поняла: подросшая дочь оттягивает на себя львиную долю ее собственной славы. Ведь девушка сумела стать моделью такого уровня, представительниц которого можно пересчитать по пальцам…

Правда, многолетние обиды и недоразумения на

сегодняшний день остались в далеком прошлом. Обеих женщин сейчас скорее можно назвать подругами, чем матерью и дочкой. Дамы полностью доверяют друг другу, часто и охотно общаются, обсуждая абсолютно все возникающие вопросы: «Вплоть до того, каков какой-то мужчина в постели», – уточняет Наоми. Модель часто говорит, что мама сыграла роль одного из двух ангелов, благодаря которым никому не известная рослая чернокожая девушка состоялась как модель, став Королевой ночи. Правда, миссис Кэмпбелл может претендовать разве что на звание ангела злого…

Добрый же ангел для Наоми – Бетт Холл, скаут агентства Elite. Именно она «нашла» Черную пантеру в лондонском парке Ковент-Гарден: в тот знаковый для себя день 15-летняя девушка с подругами решила после школы пройтись по расположенной рядом с учебным заведением зеленой зоне. Холл сразу выделила колоритную ученицу в толпе девчонок и пригласила Наоми на фотопробы. Интересно, что сама Кэмпбелл вообще никогда не задумывалась о карьере модели: в те годы среди звезд подиума темнокожих девушек вообще не было! Наоми, которая называет себя добрым и терпеливым человеком, собиралась стать врачом; она считала, что эта профессия подойдет ей как никакая другая. Однако судьба распорядилась иначе. А ведь мир моды мог потерять в лице легендарной Черной пантеры свою «изюминку». Белокожих моделей много. Конечно, среди них хватает звезд, но… они всего лишь одни из многих. А вот Мисс шоколад – единственная и неповторимая…

В агентстве Elite заинтересовались «приобретением» Бетт Холл. Оказалось, что Наоми необычайно пластична, обладает непередаваемым шармом и фотогеничной внешностью. К тому же девушка подходила к пробам серьезно, работала, что называется, с полной отдачей. Специалистам оставалось только «огранить» этот «черный бриллиант», придав ему максимум блеска и отточенности.

Еще когда Кэмпбелл было 16 лет, ее впервые пригласили на съемки в Париж. Но мать девушки встала на дыбы, отказавшись отпустить дочь за границу. В конце концов недоразумение удалось уладить. Строгая родительница лишь настояла, чтобы Наоми временно перешла под опеку старого друга семьи – Аззедина Алайи.

Прибыв в Париж, Мисс шоколад спустя несколько дней решила позвонить приятелю в Нью-Йорк. Чтобы не вызывать недовольства Алайи, она разговаривала с парнем ночью – тайком, из-под одеяла! Но у ее «надзирателя» была только одна комната, в которой спали все члены семьи, включая несколько домашних

собак, так что Аззедин через пару минут, услышав невнятное бурчание, поднял крик: «Немедленно повесь трубку, не ты за телефон платишь!» После того случая Черная пантера стала называть бывшего опекуна не иначе, как «папой»…

Появившись на подиуме, Наоми сразу же привлекла внимание главных лиц мира моды своей необычной внешностью. Вскоре девушка сильно потеснила с занимаемых позиций «царствующих» моделей, став первой темнокожей красавицей, которая появилась на обложке журнала Time, а также английского и французского журналов Vogue.

Время шло, и вот уже Черная пантера уверенно лидировала в списке самых известных моделей мира. О ней говорили теперь настолько часто, что у многих стал проявляться особый синдром – так называемый «синдром Наоми». Кэмпбелл стала одной из героинь книги Питера Линдберга «10 женщин, которые потрясли мир». А ведь пробиваться девушке в элиту мира моды было очень непросто. Мешал, как можно догадаться, «нестандартный» цвет кожи: все попросту привыкли к европейским правильным лицам на подиуме. Месяц за месяцем Кэмпбелл пришлось, как когда-то в детстве маме, доказывать миру свое право завоевывать и восхищать. Постепенно реплики в ее адрес меняли свою тональность и эмоциональную окраску, переходя от презрительно-пренебрежительного недоумения (Мисс шоколад?!) к задумчивости и попыткам непредвзятой оценки (Мисс шоколад…), а затем – к откровенному любованию (Мисс шоколад!). Наоми своим присутствием на подиуме совершила подлинную революцию, сделав модельный мир цветным. Сегодня вообще все престижные Дома моды стараются обязательно пригласить на каждый показ чернокожую манекенщицу – это стало своего рода признаком хорошего тона и респектабельности. Так что Наоми на вопрос о том, хотела бы она избавиться от своего цвета кожи (видимо, «акулам пера» до сих пор не дают покоя издевательства Майкла Джексона над собственной внешностью), отвечает категорически: «Ни в коем случае!» Модель убеждена, что ей завидуют даже такие знаменитости, как Клаудиа Шиффер и Синди Кроуфорд; ведь, как ни крути, Черная пантера продолжает оставаться уникумом…

Имя Кэмпбелл постоянно окружено «наркотическими скандалами». Конечно, дыма без огня, как известно, не бывает. Но, хотя Наоми знакома с «кайфом» отнюдь не понаслышке, списывать ее уникальность на наркотики будет откровенной глупостью. Да, от подобных препаратов начинают сильно блестеть глаза, а зрачки расширяются. Но без природной загадочности, сексуальности это не даст никакого результата: «В

этом случае и килограмм героина не поможет, – заявляет модель. – Если бы все было так просто – понюхал кокаин и стал супермоделью!» И действительно: признанных звезд подиума – единицы, а вот наркоманов, к сожалению, – миллионы…

Любители позлословить на чужой счет не упускают возможности порассуждать на тему «богатые тоже плачут». Так, досужие сплетники подчеркивают, что руки у чернокожей звезды – чересчур длинные, так что ей приходится во время показов постоянно поджимать пальцы и не опускать руки вдоль туловища. Многие коллеги Наоми не стесняются лишний раз «напомнить» о тяжелой походке Черной пантеры, из-за которой обувь у модели быстро выходит из строя (с данной проблемой Кэмпбелл сражалась долго). Кроме того, злые языки утверждают, что модельеры всегда переживают, когда Королева ночи демонстрирует их вещи, – Наоми сильно потеет, поэтому одеваться старается прямо перед выходом на подиум. Но как бы то ни было, сплетни остаются сплетнями, а Кэмпбелл – предметом обожания и черной (простите за каламбур!) зависти. Что же касается недостатков, так у кого их нет? К тому же, сколько ни старайся стать эталоном, все равно найдутся личности, способные отыскать невооруженным глазом пятна на солнце…

Всем известно, что век модели – очень короткий. Вчерашние покорительницы подиумов рискуют завтра «выйти в тираж»; утратив же привычный ритм жизни, популярность, поклонников, многие из них не могут приспособиться к новым условиям существования. Поэтому Наоми, которой недавно исполнилось 35 лет, заранее позаботилась о том, чтобы не остаться за бортом жизни. Выход «на пенсию» звезду не пугает – ведь до старости еще так далеко! Но законы дела, которому модель отдала 20 лет, безжалостны: скоро ей придется уйти из мира моды. Человек здравомыслящий, Кэмпбелл уже давно задумалась над своими перспективами и начала готовить «пути к отступлению». Например, модель открыла собственный бизнес по производству парфюма. Ведь она сама так любит духи! На косметическом столике Королевы ночи обычно находится не менее 40 флакончиков с разными ароматами! Но предпочтение красавица отдает все же духам собственного изобретения.

Духи – не единственный интерес Наоми вне подиума. Вместе с Клаудией Шиффер, Элль Макферсон и Кристи Тарлингтон Кэмпбелл несколько лет назад открыла Fashion Cafe. А в 1995-м Мисс шоколад дебютировала как певица со своим первым альбомом Babywoman; в Японии ее сингл La, La, La Love Song занял первое место в чартах. Кроме того, Кэмпбелл неоднократно

появлялась в музыкальных клипах. Самой заметной ее работой такого плана стали съемки в In The Closet Майкла Джексона. Интересно, что режиссером этого клипа стал один их наиболее известных в мире моды фотографов, Херб Риттс, с которым Наоми ранее много сотрудничала.

«Засветилась» Черная пантера и в кино. В фильмах Girl 6 Спайка Ли, An Alan Smithee Film, Miami Rhapsody, Invasion of Privacy ей пришлось работать с такими звездами, как Мадонна, Тереза Рэндл, Сильвестр Сталлоне, Вупи Голдберг, Джеки Чан, Антонио Бандерас, Сара Джессика Паркер, Миа Фэрроу. И это еще не все! Кэмпбелл – соавтор романа Swan, недавно изданного Heinemann/Mandarin. К тому же, звезда решила, что ее фотографиям, сделанным такими знаменитыми мастерами, как Херб Риттс, Стивен Мейзел, Ричард Аведон, Эллен фон Унверт, Питер Линдберг, пропадать без дела тоже не стоит. Так родился альбом Naomi by Naomi Campbell… К слову, все сборы от продажи данной книги поступают в фонд Красного Креста Сомали.

Какое-то время назад Черная пантера начала сотрудничать с далай-ламой. Теперь модель пытается через ЮНЕСКО собрать необходимые средства для строительства детских садов в бедных государствах мира. А поскольку Наоми считает своей духовной родиной Ямайку, первое подобное заведение откроется именно там.

К 2000 году модель обещала кардинально изменить свой облик и войти в новое тысячелетие преображенной. Для начала она подстригла волосы (являвшиеся предметом абсолютно черной зависти многих ее коллег), а затем снялась в стиле «ню» (обнаженной) для итальянского журнала GQ. Ранее звезда избегала позировать перед камерой в столь откровенном виде. Скандальную фотосессию снимал итальянский фотограф Фабрицио Ферри.

В общем, скучать «на пенсии» Кэмпбелл не придется. Тем более, что, помимо занятий общественной деятельностью и бизнесом, чернокожая красавица имеет кучу матримониальных планов: модель считает, что вполне созрела для семьи и детей. «Я знаю, что буду прекрасной, очень доброй матерью», – уверяет Черная пантера. Дело остается за малым: необходимо лишь найти человека, который стал бы для звезды подиума «и другом, и отцом, и мужем, и любовником»… А ведь это непросто: Наоми-модель очень чувствительна к фальши и прекрасно понимает, что большинство мужчин боготворят ее за мировую известность и… за солидный счет в банке. Однако Наоми-женщине нужно, чтобы любили ее саму – такой, какая она есть. Просто за то, что она есть…

ЛАГЕРФЕЛЬД КАРЛ

(род. в 1938 г.)

Гениальный немецкий дизайнер, сумевший прочувствовать и воссоздать стиль неповторимой Шанель лучше самих французов. Человек потрясающей работоспособности, создающий коллекции одновременно для четырех европейских Домов моды. Он способен быть одновременно удивительно современным и чрезвычайно традиционным, порою даже старомодным. Если ему придет в голову обласкать какую-то модель – она станет звездой, но если он кого невзлюбит – несчастная канет в небытие. Кроме всего прочего, один из самых известных кутюрье является также и великолепным профессиональным фотографом, с которым охотно сотрудничают глянцевые журналы. Он знает в совершенстве несколько иностранных языков и является автором целого ряда книг. Это труды об Алане Сигере – поэте, погибшем в годы Первой мировой войны, о Габриэль Режу – легендарной актрисе начала XX века – и фотоальбом, посвященный творчеству визажиста Стефана Марэ.

Середина прошлого века была удивительным временем. Европа наконец начала постепенно оживать после ужасов Второй мировой войны. Всем известно, что талант при любых обстоятельствах пробьет себе дорогу. Но тогда, в те времена, это было проще, что ли. Казалось, нужно было только постучаться в

двери, и они распахнутся тебе навстречу – даже в чужой стране. Так, в 1955 году семнадцатилетний учащийся парижского лицея, выходец из Германии Карл Лагерфельд случайно в метро увидел объявление о конкурсе молодых модельеров. Приглашались все желающие. Вообще-то молодой человек собирался посвятить свою жизнь иллюстрированию книг, но ведь здесь тоже требовались фантазия и художественные способности… В результате отправленный на конкурс Лагерфельдом эскиз пальто занял первое место (к слову, победителем в номинации «Платье» тогда стал ровесник Лагерфельда – известный сегодня любому, кто хоть чуть-чуть разбирается в моде, – Ив Сен-Лоран).

Но вернемся к Лагерфельду. Будущий «крестный отец» моды родился в Гамбурге 10 сентября 1938 года. В отличие от многих своих коллег, маленький Карл жил в весьма обеспеченной и интеллектуальной семье, где с младых ногтей прививалось понятие о правилах поведения, оттачивались манеры, закладывались основные эстетические принципы. В шестилетнем возрасте Лагерфельд уже не мог жить без запонок и лакея, о чем он прямо и заявил родителям. Образованность в доме не была напускной, и поэтому ребенок воспитывался по всем правилам. Отец (будучи банковским служащим) знал 12 (!) иностранных языков и требовал от сына, чтобы тот ежедневно выучивал на память страницу из словаря иностранных слов. Мать, неплохая скрипачка, пыталась, со своей стороны, приобщить ребенка к музыке, обучая игре на фортепиано. За недостаточное, по мнению родителей, рвение Карла хлопали крышкой инструмента по пальцам. Вообще в семье ему с детства внушали: «Кто рано встает, тому Бог дает». Может, поэтому сейчас Лагерфельд работает по 20 часов в сутки и говорит на четырех языках.

А вот с музыкой у него все же не сложилось. Хотя, если поразмыслить, возможно, именно благодаря этому мир и получил великого кутюрье? Дело в том, что однажды мать, не в состоянии более выносить музыкальных экзерсисов своего сына, с грохотом захлопнула крышку рояля и произнесла: «Тебе следует заняться рисунком, это, во всяком случае, не производит столько шума».

Когда Карлу исполнилось 14 лет, семейство Лагерфельд переехало во Францию. Для продолжения образования юношу определили в довольно известный лицей Монтень. Удалось ли закончить ему данное учебное заведение, все авторы публикаций о Лагерфельде почему-то, как договорившись, умалчивают, видимо, считая данный факт малозначительным в его биографии. Действительно, именно победа в конкурсе дизайнеров определила дальнейшую судьбу молодого таланта. Пьер Бальмен был одним из тех, кто присудил Карлу первую премию (с ним в

жюри были также Пьер Карден и Юбер Живанши). Он очень высоко оценил способности Лагерфельда и тут же предложил ему работу ассистента. Они сотрудничали вплоть до 1958 года. Однако молодой немец был не просто даровит, но и амбициозен. Он привык не только желать большего, но и достигать желаемого. Едва достигнув двадцати лет, Карл становится художественным директором Дома Жана Пату. Этот пост он занимает в течение почти пяти лет. В год он создавал две коллекции от кутюр. Позже (видимо, осознав, что заработал себе уже достаточно громкое имя) Лагерфельд принимает решение стать свободным художником и заниматься выполнением различных заказов для всевозможных Домов моды. Это значительно расширяло возможность попробовать себя в разных направлениях.

О работоспособности Лагерфельда – с самого его появления в мире Высокой моды и по сей день – слагают легенды. В среднем он создает около 2500 эскизов (!) в год. Чисто арифметически – это по семь штук в день. Журналисты называют его «кутюрье, который никогда не спит». Видимо, уроки, преподанные родителями в детстве, не прошли даром. Начиная с 1963 года знаменитый модельер умудряется сотрудничать с несколькими Домами одновременно. Вначале он стал главным дизайнером Дома Chloe и занимал эту должность вплоть до 1984 года, а затем с 1992 года по 1997-й. Кроме этого, Лагерфельд очень тесно работал с другими торговыми марками, причем очень известными, такими как Krizia, Fendi, Valentino, Steilman, Ballantyne, Charles Laurdan и, конечно, Shanel. Со многими из них он продолжает сотрудничать и по сей день. При этом он не боится пробовать и экспериментировать. Для Valentino им, например, разрабатывалась обувь. Кажется, практически немыслимо думать об одном и том же совершенно по-разному. Лагерфельду же удается свои замыслы еще и воплощать в жизнь. Он может быть традиционным и авангардным одновременно. Причем творит ли он для прет-а-порте или от кутюр – не имеет значения. Это во многом объясняет выбор наследников легендарной Габриэль Шанель.

Контракт с этим прославленным Домом стал венцом в карьере Лагерфельда. Высшей точкой его стремительного взлета на вершину, именуемую миром моды. Безусловным доказательством его исключительного таланта. Дело в том, что после смерти Великой Мадам должность главного стилиста ее Дома была вакантна. Кто только ни пытался ее занять. Это были люди одаренные и талантливые, но не настолько, чтобы суметь собственную исключительность перевоплотить в продолжение идеи и стиля, созданного самой Коко. А возможно, они просто не

хотели жертвовать собственной индивидуальностью. Как бы то ни было, только в Лагерфельде владельцы марки разглядели человека, способного одновременно гениально подражать Шанель, оставаясь при этом самим собой и привносить в коллекции современные штрихи, дополняющие, но не разрушающие ранее созданный ею образ. С 1983 года и по сей день Карл Лагерфельд является бессменным художественным директором Дома Шанель. Показательно и то, что он создает и контролирует все направления готовой одежды.

Для столь непостоянного, ветреного, изменчивого и богемного (как все истинно парижское) мира моды Лагерфельд, похоже, слишком правильный. Он не дает поводов для сплетен, его специальность – скорее сенсации, и то они какие-то предсказуемые. Возможно, потому, что все, что бы он ни сделал, получается и приветствуется на ура – будь то новая коллекция, книга, фотоальбом или эксперимент над собой. Прославленный дизайнер не пьет, не курит, очень много читает и ни в чем себе не отказывает. Когда-то в детстве в витрине антикварного магазина он увидел картину, которую тут же потребовал у родителей. На ней были запечатлены Вольтер и Фридрих II за ужином в замке Сан-Суси. Именно то время стало самым любимым историческим периодом Лагерфельда. XVIII век и обыгрывался им в различных коллекциях. Это неиссякаемый источник вдохновения гениального мастера. Пожалуй, мало кто из искусствоведов, специализирующихся на данном времени, так знает его. Когда у Лагерфельда появилась возможность жить там, где он хочет, и так, как он хочет, он приобрел замок именно XVIII века. Все в нем – от картин на стенах и до серебра в столовой – принадлежало к тому времени. Так что в этом замке вполне можно было открывать музей. Впрочем, обстановка ничуть не смущала хозяина, скорее наоборот. Именно о таком окружении, похоже, он всегда мечтал. Даже знаменитый таинственный внешний облик модельера является неким отражением XVIII века. Речь идет, конечно, не о его знаменитых темных очках, с которыми Карл не расстается. Говорят, еще никому не удавалась проникнуть сквозь них и заглянуть в глаза Лагерфельду. Журналисты не раз писали, что за ними спрятана одна из самых больших тайн, видимо, поэтому у их обладателя сложилась репутация некоего мистификатора. Но речь не об этом, а о знаменитом пучке волос, украшающем голову Лагерфельда. Собранные в хвост волосы поражают всех своей ослепительной белизной на протяжении многих лет. Секрет состоит в том, что за ними мэтр ухаживает примерно так, как это делали в его любимом веке. Расчесать, слой пудры, лак и процедуру повторить. Только с учетом

достижений современной косметологии и парфюмерии. Этим он ни в коем случае не пренебрегает. Вообще, если попытаться разобраться, то, несмотря на свой классический вид и неизменный галстук, который, по собственному признанию, он завязывает ежедневно с 11 лет, Лагерфельд при всем при том удивительно современен. Что бы ни казалось, он живет настоящим, получая от него удовольствие.

Несколько лет назад Карл Лагерфельд породил очередную сенсацию, выставив на аукцион Christie's большую часть того, что было собрано по крупицам за четверть века. Свой поступок он объяснил тем, что его интересовала не коллекция, а важно было прочувствовать образ. Теперь же, проникнувшись духом эпохи, он не нуждается более в подобной обстановке. Менять так менять и меняться. В 64 года знаменитый немец взял и, задавшись целью, похудел на 42 (!) килограмма. И все только потому, что ему захотелось носить одежду, разрабатываемую Хеди Слимейном для мужской линии Dior. По крайней мере он именно это обозначил как причину. Хотя какова бы она ни была, достаточно того, что она была, а Лагерфельд обычно достигает желаемого. В мире моды ходит поверье, что достаточно одного его желания, чтобы любая модель стала звездой либо была в момент забыта.

Знаменитый дизайнер ведет очень насыщенную жизнь и не устает меняться, дабы соответствовать самой изменчивой из всех дам – Моде. Несколько лет он преподавал в Венской высшей школе прикладного искусства в должности профессора. Основал собственную линию (в 1974-м) и открыл в Париже собственный Дом Высокой моды (в 1984-м) – Галерею Карла Лагерфельда. Его главной визитной карточкой считаются длинные и узкие пиджаки. В 2000 году он основал и собственный издательский дом – «7L». Кроме всего прочего, как уже упоминалось, дизайнер давно занимается фотографией. И в этой области он, конечно, достиг высочайшего профессионализма. В 1996 году Немецкое общество фотографии даже присудило ему приз. Но главным доказательством того, что это не просто увлечение, является его сотрудничество с фирмой «Адидас». Именно Лагерфельд – фотограф ее новой рекламной кампании. Он охотно согласился взяться за это, поскольку ему очень импонирует подвижный образ жизни.

Подобно большинству дизайнеров, Карл Лагерфельд разрабатывает и создает различные духи. По его признанию, для него «нет большего удовольствия, чем собирать аромат – нотка к нотке, создавая те или иные сочетания и обдумывая, как определенный акцент может отобразиться на человеческих чувствах».

При всем своем звездном статусе в мире моды Лагерфельд не боится сотрудничать с розничными сетями, занимающимися молодежным ширпотребом, и предлагать свою одежду с Интернет-аукционов. «Чтобы расширить свое присутствие на модном рынке», дизайнер решился на серьезный шаг – продал свою торговую марку американской корпорации Tommy Hilfiger. Для многих это было шоком. Правда, коллекции для бренда будет по-прежнему создавать он сам. Так же, как и для Шанель и Фенди, на которые соглашение не распространяется.

Для кого бы ни творил коллекции Лагерфельд – это всегда потрясающе. Дизайнер часто повторяет, что одежда должна быть второй кожей человека, о которой забываешь, едва надев. Интерпретация наследия Шанель обычно превращается в какое-то волшебство, сказку, созданную в единой цветовой гамме, и невероятно элегантное зрелище. Кружева, муслин, отделка, обрисовывающий силуэт, изысканные украшения, рукава из шелковых нитей, мех. Итальянские же работы дизайнера совершенно иные. Это буйство красок, смешение стилей, масса практичных удобных аксессуаров. Все дышит молодостью, задором, югом. С пятью сестрами Фенди его связывает давняя дружба, он даже разработал логотип их фирмы.

Мать Лагерфельда была женщиной очень светской, с потрясающим вкусом и безупречными манерами. В свое время она предсказала сыну великое будущее, но так и не посетила ни одного его показа, отдавая предпочтение Соне Рикель. Однако в глубине души она должна была очень гордиться своим Карлом. Мало кому, например, позволили бы поставить павильон в парке Тюильри. Да и первые лица государства ходят далеко не на каждый показ остальных кутюрье… Впрочем, не в этом суть. Главное, что мать Лагерфельда оказалась права и главным тому подтверждением служит имя, данное ему когда-то, – Карл Великий.

ЛАКОСТ РЕНЕ

(род. в 1904 г. – ум. в 1996 г.)

Известный французский теннисист, победитель Уимблдонского турнира (1924 и 1928), открытых чемпионатов Франции (1925, 1927, 1929) и США (1926, 1927), первая ракетка мира в 1926–1927 годах. В 25 лет оставил большой спорт и занялся бизнесом. В 1930 году основал известную ныне во всем мире фабрику по производству спортивной одежды Chemiz Lacoste.

Этот удивительный человек, очень любивший жизнь, покинул наш мир, успев отметить свой 92-й день рождения, хотя, по всем прогнозам врачей, должен был умереть лет этак на 50–60 раньше… Что же держало на свете бывшего спортсмена и заставляло давать решительный отпор прогрессирующей болезни? Жизнь заставила его найти иное применение собственным силам – бизнес. За несколько десятков лет Лакост сумел построить настоящую империю, которой практически неведомы границы. Наследники бывшего теннисиста получили в свое распоряжение своеобразное «государство в государстве», которое имеет все, что положено иметь приличному королевству: собственный герб, армию, располагающую самыми современными видами вооружения, и даже флот. «Подданными» «короля» Рене являются миллионы американцев, французов, индийцев, японцев, китайцев, марокканцев, предпочитающих продукции всех

мировых производителей изделия со значком Chemiz Lacoste. Герб компании украшает изображение зеленого крокодила, чья пасть украшена солидными острыми зубами. В качестве оружия выступают теннисные ракетки и клюшки для гольфа. Что же касается флота, то изображение все того же крокодила украшает изрядное количество парусных яхт.

Легенда по имени Рене Лакост родилась еще тогда, когда он сам не догадывался, что создаст процветающую империю спортивного снаряжения. Началось все с того, что в 1917 году парижский промышленник Жан Лакост отправил своего сына, которому как раз исполнилось 13 лет, в Англию – получать престижное образование. В английском колледже Рене освоился быстро. У него, похоже, был настоящий талант по части иностранных языков, так что вскоре паренек легко общался со сверстниками – детьми туманного Альбиона. Один из новых приятелей как-то раз привел Рене на тренировку по теннису. С этого момента Лакост по-настоящему серьезно «заболел» этим видом спорта и решил во что бы то ни стало добиться успеха на корте. Паренька подстегивала также одна историческая справка: теннис придумали его земляки. Так почему же французы должны уступать первенство представителям других народов?!

Французские аристократы, большие любители изысканных развлечений, еще в Средневековье изобрели теннис. Знать охотно подхватила новшество, поскольку рыцарские поединки верхом изящества назвать было сложно, да и проводились они от случая к случаю. А вот ракетка и мячик выручали скучавших придворных и монархов едва ли не ежедневно, вырабатывая легкость, точность и элегантность походки и движений. Выдумка соседей очень понравилась и англичанам. Они быстро переняли основные правила, и уже в начале XIX века уверенно царили в мировом теннисе (вместе с американцами).

Рене, решивший восстановить статус-кво на международной арене (ни много ни мало!), начал усиленно тренироваться, хотя никаких шансов попасть в спортивную «элиту» у него не было. Бледный, худенький, слабый здоровьем, он вызывал только искреннее недоумение тренеров. Отец мальчика тоже не был в восторге от идеи наследника, но отговаривать его не стал: Лакост все равно вряд ли бы спокойно воспринял слова родителя, так что оставалось подождать, пока он сам не поймет, что заниматься дальше просто не имеет смысла.

Будучи уверенным, что из Рене чемпиона не получится, Лакост-старший достаточно спокойно и даже с облегчением воспринял известие о сокрушительном поражении, которое его сын потерпел на первом же своем выходе на Уимблдон. Парня

уже в первом сете в пух и прах разбил австралийский спортсмен Пат О'Хара. Глядя на уходящего с корта Рене, вряд ли бы кто-нибудь мог предположить, что у этого щуплого француза достанет напора и смелости выйти на Уимблдон снова. Да и то: сколько их было, таких вот мечтателей, не умеющих толком держать в руках ракетку?

Но Лакост обладал чертами, которые с лихвой восполняют отсутствие яркого таланта: железной воле юноши, его поистине несокрушимому оптимизму, умению сконцентрироваться и невероятной работоспособности мог позавидовать кто угодно. Поэтому за три года Рене сумел сделать невозможное, став звездой французского спорта. В 1925 году его уже считали одним из сильнейших теннисистов мира. Дважды (в 1924-м и 1928-м) Лакост становился триумфатором Уимблдона – турнира, который уже в начале века стал общепризнанным (хотя и неофициальным) чемпионатом мира в этом виде спорта.

В 1926 году Рене удалось воплотить в жизнь свою главную мечту: вернуть Франции, казалось бы, безнадежно утерянное первенство в теннисе. Это случилось тогда, когда Лакост победно поднял над головой знаменитый Кубок Дэвиса – приз престижнейшего американского турнира. В следующем году французский спортсмен повторил собственное достижение. 1926 и 1927 годы стали поистине «золотыми» для молодого человека: он получил титул «первой ракетки мира».

Кроме того, в 1925, 1927 и 1929 годах Лакост завоевывал первенство и на открытых чемпионатах Франции. Теперь уже Рене на родине называли «чемпионом на все времена»; во французском теннисе он занял то же место, что и Пеле в бразильском футболе. Комментаторы и зрители восторженно встречали своего любимца, неизменно поражавшего и специалистов, и любителей своей страстной манерой игры. Любое соревнование с участием Лакосты превращалось в азартное шоу, полное интриги. Об отношении публики к этой звезде тенниса можно судить хотя бы по тому факту, что англичане всегда стоя встречали выход Рене на корт. А вот американцам Лакост обязан прозвищем и гербом своей фирмы. Дело в том, что однажды американские журналисты узнали интересную деталь: с капитаном французской сборной, выступавшей на Кубке Дэвиса, Рене заключил пари, что обязательно выиграет матч. Ставкой со стороны капитана служил… вместительный чемодан из крокодиловой кожи. После этого болельщики в США стали называть Лакосту Крокодилом. Рене на прозвище не обиделся, а вместо этого после победы на Кубке Дэвиса попросил перенести на свою форму изображение маленького зубастого крокодильчика. Что и говорить: зрители

пришли от выходки звезды в полный восторг!

А в 1929-м как гром среди ясного неба прозвучало известие о том, что Лакост навсегда уходит из большого спорта. Чемпиону было всего 25 лет, и его карьера, можно сказать, лишь началась. Но скоро недоумение болельщиков сменилось искренним сочувствием: оказалось, врачи обнаружили у Рене туберкулез. Болезнь быстро прогрессировала, лекарства оказались бессильны остановить этот страшный недуг. Оставаясь на корте, Лакост рисковал быстро потерять не только чемпионский титул, но и жизнь…

И тогда молодой человек волевым решением нашел в себе силы попрощаться с теннисом на пике славы и уйти в обычную жизнь. Смириться с утратой популярности непросто. А уж примириться с тяжелой болезнью тем более невозможно. Однако Лакосту удалось и то и другое. Его жизнь в одночасье была сломлена туберкулезом, многие надежды и планы рухнули, однако… «Зацепиться» за жизнь бывшему спортсмену помогло новое дело. С тем же упорством и трудоголизмом, что и когда-то на корте, Рене начал новую карьеру – карьеру преуспевающего бизнесмена. Теперь он строил собственную империю, которая позволила бы ему оставаться в спорте – хотя бы косвенно. Этот путь к мировой известности занял у него 30 лет…

Для начала Лакост на паях с владельцем текстильной фабрики Андре Жилье открыл небольшую фирму, которая выпускала рубашки для тенниса, гольфа и парусного спорта. Конечно, такого добра во Франции хватало, но… Особенность продукции бывшего чемпиона заключалась в том, что она носила его имя – имя национального героя. К тому же Лакост предложил новую модель – трикотажную рубашку-поло, фасон которой, кстати, за прошедшие десятилетия ничуть не изменился. Увидев первую партию продукции фирмы, дизайнеры впали в лихорадочное состояние и лишились сна: впервые в истории моды производитель решил поместить торговую марку на лицевой стороне одежды! На рубашках Лакосты красовались вышитые вручную (обязательно!) эмблемы – тот до боли знакомый зеленый крокодил, что некогда украшал форму самого бывшего теннисиста. Надо ли говорить, что новинка моментально была разметена с прилавка магазина?

Спустя 30 лет Рене Лакост стал владельцем внушительной сети магазинов и ряда крупных предприятий как у себя на родине, так и в Италии и Испании. Но, создав настоящую империю и убедившись, что дело отлажено почти идеально, бывший чемпион не успокоился и не позволил себе почить на лаврах. Вместо этого он вновь поменял направление

деятельности. Оставив «государство в государстве» на своего старшего сына Бернара, Лакост решил вплотную заняться проблемой реформирования тенниса.

Судьба, столь жестоко сломав карьеру молодого чемпиона, видимо, вовремя устыдилась своего поступка: вместо побед на корте она сделала так, чтобы все начинания Рене имели счастливое завершение. Он прекрасно знал, где требуется применить силы, поскольку все его новшества были продиктованы личным опытом. Для начала он создал антивибрационную наклейку на теннисную ракетку (хорошо зная, что американцы имеют привычку очень сильно бить по мячу, что небезопасно для соперника). После этого число самых распространенных среди теннисистов травм руки резко пошло на убыль. В свое время Рене, никогда не обладавший мощной подачей, затратил массу времени и нервов, чтобы усилить удар. Что ж! Значит, нужно помочь тем спортсменам, которые продолжают сталкиваться с этой проблемой. И Лакост выпустил в продажу свое изобретение: первую металлическую ракетку с новой системой крепления струн. Если бы не эта новинка, то кто знает, где бы были сейчас такие звезды спорта, как Билли Кинг и Джимми Коннорс… Пробиваясь в элиту тенниса, Лакост, который не имел блестящих данных, проводил на корте многочасовые тренировки. Но ведь не всегда есть возможность отрабатывать технику в компании с сильным соперником! Именно для того чтобы теннисисты могли тренироваться в одиночку, бывший чемпион изобрел и запатентовал специальную пушку: орудие выстреливает мячами в разные концы корта, с успехом заменяя техничного и хитрого противника (угадать, куда же полетит следующий мяч, практически невозможно).

А эмблема с крокодилом постепенно появлялась не только на одежде и спортивном инвентаре, но и на других товарах – от флаконов с туалетной водой до автомашин и яхт. В настоящее время эта зубастая, но очаровательная рептилия красуется в витринах всех магазинов Lacoste. А их на сегодняшний день в мире насчитывается свыше 2000! Правда, говорят, что сам Рене Лакост все же несколько устал от своего «тезки» и даже когда-то заявил, что хотел бы видеть на его месте настоящий французский символ – галльского петуха, но… Менять эмблему, десятилетиями верой и правдой служившую своему владельцу и завоевавшую невероятную популярность, никто, естественно, не отважился.

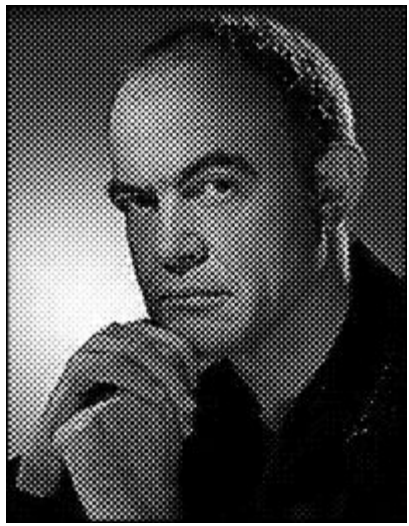
Знаменитый «император» умер на 93 году жизни, успев добиться в этой жизни всего, чего хотел. Он был чемпионом, внимательным супругом, заботливым отцом и на удивление

удачливым предпринимателем. Чего еще оставалось желать? Даже болезни не удалось «взять его за горло». Уходя туда, откуда нет возврата, Лакост оставил по себе действительно добрую память: пожалуй, так много для тенниса не сделал ни один человек в мире.

…В 1996 году, когда сборная Франции вновь выиграла в Мальме Кубок Дэвиса, победители по традиции вышли на награждение в костюмах от фирмы Lacoste.

ЛАКРУА КРИСТИАН

(род. в 1951 г.)



Знаменитый французский модельер, один из выдающихся дизайнеров мира. Уже первый его показ в 1987 году вызвал бурю восторгов в мире моды. Парижские газеты не стеснялись в эпитетах, которыми награждали новую звезду. Кристиана Лакруа и сейчас называют «самым парижским кутюрье», «королем узоров» и «мастером иллюзий». Его коллекции наполнены солнцем и яркими красками его родного Прованса, в его моделях – соединение самых различных культур и эпох множества стран и народов. Он не боится экспериментировать с материалами, соединяя кружево и кожу, шифон и портьерную ткань, бархат и мех. Он стал законодателем моды «лоскутной техники» (patchwork). «Это единственный кутюрье, который не воспринимает себя всерьез, – утверждает Мишель Пикколи. – Мне кажется, что это у него самая мощная фантазия в области Высокой моды…» Обладатель нескольких «Золотых наперстков», Кристиан Лакруа стал «самым влиятельным иностранным дизайнером CFDA в Нью-Йорке» и обладателем приза Мольера как лучший дизайнер костюма.

Кристиан Мари Марк Лакруа родился 16 мая 1951 года в небольшом провинциальном французском городке Арле в Провансе. Его родители были простыми служащими, и не мечтавшими о той жизни, которую выбрал для себя их сын. Не

мечтал об этом и сам Кристиан. В детстве он был спокойным и вдумчивым мальчиком и неплохо учился в школе, но ничем особо не выделялся и звезд с неба не хватал. Сам Кристиан и позже считал, что основной чертой его характера является незаметность. Поэтому неудивительно, что после окончания школы он выбрал для себя профессию хранителя музея и поступил в университет Монпелье. Там Лакруа страстно увлекся изучением истории искусств, литературы и древних языков. Кристиан хорошо учился, и ему нравилась его будущая профессия. Он еще не знал, чем хочет заняться после окончания университета – то ли останется преподавать в альма-матер, то ли займется музейной практикой. Обучение шло к концу, когда в сентябре 1973 года Лакруа поехал в Париж, чтобы собрать материалы для диплома по истории костюма XVIII века. Неизвестно, как бы дальше сложилась судьба молодого человека, если бы не эта поездка, перевернувшая его жизнь.

«Однажды, сидя за чашкой чая с друзьями-студентами, я обернулся и увидел Ее – бледную, с удивительной рыжей шевелюрой и забавным тонким голоском. На Ней была какая-то старенькая меховая накидка, небрежно наброшенная на футболку с черными бусинками, и белые туфли. Это в ноябре-то! Девушка была не просто забавна. Она была обворожительна!» – вспоминает Лакруа самую главную встречу в своей жизни. Так в его жизни появилась Франсуаза Розенталь, его Женщина, его Муза.

Франсуаза, лишь просмотрев альбомы с набросками Кристиана, все поняла и все решила за него сама. Будучи вхожа в парижскую богемную среду, она показала рисунки никому не известного студента признанным мэтрам в области моды – Карлу Лагерфельду и Пьеру Берже. Лакруа заметили и оценили его талант, о котором сам Кристиан, похоже, и не подозревал. Это знакомство стало решающим для него и вдохновило его стать модельером. Теперь он точно знал, куда ему идти дальше, тем более, что вела его вперед Франсуаза.

В 1974 года они поженились. С тех пор эта женщина, ставшая музой, женой, подругой, соратником, советчиком и помощником Кристиана, постоянно рядом с ним. Она помогла ему стать тем, кем он стал – знаменитым модельером. Ее любовь охраняла его, а ее ум помогал Лакруа достичь вершин модного Олимпа.

Потом Франсуаза устроила новое знакомство – с Жан-Жаком Пикардом, пресс-атташе и советником нескольких парижских дизайнеров, который помог Лакруа в 1978 году устроиться в Дом моды Hermes. Так началась карьера Кристиана. Спустя два года он перешел на должность ассистента у Ги Полена в Доме Chloe. В 1981 году Лакруа стал артистическим директором,

ответственным за линии от кутюр, в Доме Жана Пату и личным кутюрье Токийского Императорского двора.

В 1987 году Кристиан Лакруа, ставший обладателем высшей награды в области моды во Франции «Золотой наперсток», начал собственное дело. Он создал Дом моделей Кристиан Лакруа в центре Парижа по улице Фобур Сент-Оноре, 73.

Показ первой же коллекции вызвал бурный восторг публики. Так когда-то встречали дефиле Диора и Сен-Лорана. Коллекция, навеянная впечатлениями детства, поражала буйством красок и смешением стилей. Здесь был весь Прованс – с его красочными праздничными нарядами арлезианок, пестротой цыганских платьев, роскошью костюмов тореадоров. «Современную моду питает смешение культурных и этнических традиций, – говорил Лакруа, – мне оставалось лишь приготовить свой коктейль». Модельер экспериментировал не только с цветом тканей, балансируя «на грани китча и утонченной роскоши». Он соединил в своих моделях, казалось бы, несовместимое – бархат и мех, кожу и кружево, объясняя это так: «Я люблю сочетание различных эпох, различных кругозоров, причудливых и простых вещей». Кутюрье создает модели, словно собирает мозаику. Он возвел в ранг Высокой моды «лоскутную технику» – печворк, доказав, что «все настоящие шедевры состоят из лоскутков». Во всех его моделях есть ощущение парения. Кристиан Лакруа уверен, что тот, кто лишает моду легкости, убивает ее. В начале XX века Поль Пуаре освободил женщину от корсета, а почти через сто лет Лакруа снова ввел его в моду, немного видоизменив. Кроме корсетов разнообразных расцветок и моделей кутюрье предложил платья с завышенной талией и пышными драпировками.

«Платья, отличающиеся таким блеском и вызывающей роскошью, мир видел в последний раз в XVIII столетии, когда французские аристократы ехали на гильотину в грохочущих по булыжнику повозках», – писала журналистка Джулия Баумгольд после дебюта Лакруа. Кое-кто упрекнул модельера в создании «вычурного китча» и отсутствии чувства меры. Однако уже после первой коллекции Лакруа стали называть «волшебником из Арля», «певцом современного барокко», «певцом Прованса» и «королем роскошного стиля». Вторая коллекция была не менее удачной. За нее кутюрье в 1988 году получил свой второй «Золотой наперсток», а его портрет появился на обложке журнала Time. До него этой чести среди кутюрье удостаивались только Кристиан Диор и Джорджио Армани.

Вскоре наряду с линией от кутюр Кристиан Лакруа создает линию прет-а-порте. А в 1989–1994 годы он представил линию аксессуаров, линию спортивной одежды Bazaar и линию джинсов.

Однако главным направлением работы Дома Лакруа остается линия Высокой моды, которая, по мнению журнала «Деталь», «дарит нам веселую улыбку». Секрет этой улыбки выдает сам кутюрье: «Я долго искал тему, нашел ее в солнце моего Арля. Но это не значит, что мне сейчас все удается легко. Каждый сезон я ломаю голову над тем, чем удивить женщин». Знаменитый кутюрье признался, что не знает истоков своего творчества, «откуда что берется», но ему кажется, что процесс создания платья для него равноценен сеансу психоанализа.

Вершиной в пирамиде стиля, построенной Лакруа, стали духи Christian Lacroix. Художник долго шел к своему аромату: «Я ждал до тех пор, пока аромат духов не станет совершенным. Я хотел, чтобы этот флакон нес в себе момент волнения и провокации, чтобы он стал дополнением элегантности… Аромат – это та встреча, которую не стоит пропускать… Аромат – это воспоминания и желания. Я хочу, чтобы он волновал и выражал чувства. Я вовсе не думал о моде. Я хотел, чтобы он запоминался, был удивительным и уже знакомым в воспоминаниях – таинственным, нежным и богатым, а также простым и чистым – чем-то между роскошью природы и природой утонченной роскоши, смесью возможного с невозможным, – подобно Рождеству летом или тропическому саду, растущему во льдах».

Однако дизайнер не останавливается на достигнутом. В апреле 2002 года Кристиан Лакруа стал творческим директором итальянского Дома Эмилио Пуччи. «Я вне себя от радости, – признался кутюрье. – Пуччи всегда был одним из наиболее почитаемых мною дизайнеров и примером для меня». Уже в октябре он представил свою первую коллекцию для этого Дома. А в следующем году занялся созданием нового интерьера французского скоростного поезда третьего поколения TGV, оформив его в футуристическом стиле. Еще год спустя, в 2004 году, Кристиан Лакруа выиграл тендер на создание новой униформы для авиакомпании Air France. До сих пор форма для французских стюардесс шилась по моделям Кристиана Диора и Нина Риччи. «Взявшись за эту задачу, – признался Лакруа, – я хотел создать новую вселенную на пересечении двух миров, ассоциирующихся со снами, – мира полетов и мира моды». В 2004 году кутюрье впервые обратил внимание на сильную половину человечества, представив свою первую мужскую коллекцию.

Лакруа создал свой собственный стиль в современной моде, работая с историческим костюмом. Время от времени он, вспоминая свою страсть к костюму XVIII века, создает модели для театральных спектаклей. Его подход к созданию коллекций – некоммерческий, он всегда делает коллекции, не учитывая общих

тенденций моды сезона. Иногда при этом дизайнер проигрывает, но потом вновь взлетает. У Кристиана множество последователей и поклонников. «Кристиан Лакруа – это великий художник, которого я очень люблю, – говорит его постоянная клиентка Мирей Матье. – И в жизни, и на сцене я всегда одеваюсь от Лакруа. Я всегда восхищаюсь тем, как удивительно он умеет комбинировать разные ткани, разные цвета, он любит очень глубокие и насыщенные тона и необычные сочетания. У нас с Кристианом Лакруа общие корни. И он, и я родом из Прованса. И мы очень тонко чувствуем друг друга».

Сам Лакруа считает себя счастливейшим из людей и говорит, что ему очень повезло в жизни, потому что он встретил свою Франсуазу, свою верную спутницу и ангела-хранителя. «Для меня он очень много значит, потому что это мой муж, – призналась как-то Франсуаза. – С ним связана вся моя жизнь и громадное количество событий, а также все, что связано с его работой, мы очень близки и все свои творческие искания он делит со мной. Нас очень многое связывает. Я не работаю в Доме Лакруа, не являюсь сотрудником фирмы, но зато делю с ним большую часть подготовительной работы над коллекцией, которую он придумывает. Поистине, браки совершаются на небесах».

ЛАМАНОВА НАДЕЖДА ПЕТРОВНА

(род. в 1861 г. – ум. в 1941 г.)

Имя русского модельера-художника Надежды Ламановой сейчас мало известно. О ней обычно упоминают как о «выдающемся мастере советского бытового костюма». Однако столетие тому назад носить платье от Ламановой означало высший шик в одежде. К 1917 году Надежда Ламанова имела уже 30-летний опыт моделирования костюма, ее знали не только в родной Москве, не только в Петербурге – она могла конкурировать со знаменитыми европейскими Домами мод Чарльза Ворта, Жанны Пакен, Поля Пуаре. До революции в платьях от Ламановой ходил весь русский высший свет и театральный бомонд. У нее одевалась царская семья. И после революции Ламанова конструировала модели не только для масс. Она стала художником по костюмам в первых советских фильмах Эйзенштейна и Александрова и продолжала обшивать спектакли московских театров. О ней и ее таланте многие говорили с восторгом. К. С. Станиславский, сотрудничество с которым продолжалось 40 лет, всю жизнь восхищался этой женщиной: «Нашей драгоценной, незаменимой, гениальной Надежде Петровне Ламановой ору во все горло: “Браво, бис!”»

Надежда Петровна Ламанова родилась 14 декабря 1861 года в деревне Шузилово, что под Нижним Новгородом, в семье

военного. Ее родители – отец, полковник Петр Михайлович Ламанов, и мать, Надежда Александровна, умерли рано. Надежда была старшей среди пяти дочерей, и на нее свалился груз забот о младших. После окончания восьмого класса гимназии она в 1881 году поступила в Московскую школу кройки и шитья О. А. Сабуровой и спустя два года обучения стала брать заказы, устроившись модисткой в мастерскую госпожи Войткевич. Так начиналась ее карьера.

Очень быстро талантливая моделистка стала ведущим закройщиком в мастерской. У нее появился свой круг клиенток, которые считали, что «шить теперь надо только у мадам Войткевич – там есть одна новенькая закройщица, мадемуазель Ламанова, которая истиранит вас примеркой, но зато платье получится, как из Парижа».

Ее известность в кругах московских модниц все возрастала, и в 1885 году Надежда Петровна открыла собственную небольшую мастерскую на Тверском бульваре. Очень быстро эта мастерская получила широкую известность. Одеваться в платья от Ламановой стала вся аристократия и артистическая богема Москвы и Петербурга. А вскоре над дверями мастерской появилась вывеска: «Н. П. Ламанова – поставщик Императорского двора».

Но даже очень богатые клиентки испытывали душевный трепет в присутствии Надежды Петровны. Так, Лидия Щукина, жена миллионера С. И. Щукина, записала в своем дневнике: «Остался месяц до поездки в Париж. Кузина отвела меня к Ламановой. Я не спала всю ночь, так волновалась, захочет ли Н. П. меня принять, успеет ли выполнить мои заказы…»

У Ламановой был свой собственный стиль работы с моделью. Она работала без предварительных рисунков и выкроек, была, по большему счету, не швеей, а художником, живописцем, создавала произведение искусства из тканей. Ламанова сама подбирала не только фасон и материал, но и аксессуары к будущему платью. Сначала Надежда Петровна долго изучала «натуру», – не только фигуру и строение, но даже характер человека, а потом устраивала длительные, порой многочасовые и изнурительные примерки с помощью фирменного «метода наколки». Она «лепила» платье, драпируя ткань прямо на модели. Потом готовый «эскиз», сколотый сотнями булавок, нужно было аккуратно снять и отдать шить мастерицам – ученицам Надежды Петровны, которых было более двадцати. Сама Ламанова уже не шила, а на просьбы недоверчивых заказчиц сделать все лично, отвечала: «Архитектор ведь не кладет камни, это делают рабочие, и шить вам буду не я, а мои помощницы».

О ее таланте и стиле шитья рождались почти легенды. «Чтобы

получить нужную форму, она не мельчила и не дробила ткань, – писал известный театральный художник того времени. – Ламанова так искусно ее укладывала, драпировала, что, распоров швы самого сложного костюма, можно было увидеть, что он сделан из цельного, неразрезанного куска материи».

Одеваться у Ламановой было дорогим удовольствием. Иногда цена за одно платье достигала немыслимой по тем временам суммы в 400–500 рублей. Очень богатые клиентки могли позволить себе сшить в ее мастерской несколько платьев – и тогда сумма заказа достигала нескольких тысяч рублей. Правда, в работе с престижными клиентками-аристократками всегда существовала опасность того, что заказ не будет оплачен. Один из журналов начала XX века писал: «О том, что иногда модистки разоряются и доходят до нищеты вследствие упорного уклонения от платежей клиентками, мало кому известно».

С 1901 года Надежда Петровна стала сотрудничать с Московским Художественным театром. К. С. Станиславский был в восторге от нового художника по костюмам: «Это второй Шаляпин в своем деле! Талант! Самородок!» Это сотрудничество продолжалось 40 лет, до самой смерти Ламановой, и все это время знаменитый режиссер не переставал восхищаться талантом модельера: «Ламанова – большая художница, она для каждого костюма будет искать не шаблонных и модных, а индивидуальных приемов шитья».

После «Русских сезонов» в Париже, организованных в 1907 году С. П. Дягилевым, модой из России заинтересовался великий французский модельер, «гений от моды» Поль Пуаре. Заинтересовался настолько, что привез в Москву свою новую коллекцию, выполненную в ориентальном стиле. Дефиле было устроено в доме у Ламановой. После личного знакомства с Надеждой Петровной Поль Пуаре говорил: «Ламанова была выдающейся портнихой и в то же время стала моей дорогой подругой. Это она мне открыла очарование Москвы – этих драгоценных ворот в Азию. Она и сейчас мне видится на фоне икон Кремля, куполов собора Василия Блаженного, прекрасной коллекции картин господина Щукина». Знаменитый французский кутюрье предложил Ламановой работу в Париже, но та отказалась от заманчивого приглашения, предпочитая остаться на родине.

Насколько Надежда Петровна была строга в своей мастерской, настолько же она была мягкой и доброй во всем, что не касалось работы. Она горячо любила своего мужа, Андрея Павловича Каютова, с которым прожила в браке 45 лет, до самой его смерти в 1931 году. Их совместная жизнь началась еще в 1886 году, когда Надежда только-только начинала свое собственное

дело, а Андрей Павлович был простым юристом и актером-любителем с псевдонимом Вронский. Именно он ввел тогда Надежду в круг своих друзей, среди которых был и молодой актер Константин Алексеев (ставший известным под именем Станиславский). Теперь же Каютов стал богатым человеком, управляющим московским отделением страхового общества «Россия». Да и Надежда Петровна к началу Первой мировой войны заработала достаточное состояние. Детей у них не было, и супруги взяли шефство над младшими сестрами Ламановой и ее многочисленными ученицами, которые звали ее «мама Надя». И она по-матерински относилась к ним. Некоторые из ее учениц по много лет жили в ее доме.

В годы Первой мировой войны Ламанова, по примеру многих московских аристократок и самой императрицы, организовала госпиталь для раненых в своем имении Елизаветино, которое ей подарила известная меценатка Шаховская-Глебова-Стрешнева. Однако самым серьезным испытанием для Ламановой стала Октябрьская революция. Надежда Петровна потеряла почти все – состояние, имение, мастерскую, учениц, клиентуру. Были конфискованы даже ее костюмы. В 1919 году ее арестовали и посадили в Бутырскую тюрьму по обвинению в приверженности старому режиму. Спасло Ламанову только вмешательство Максима Горького, жена которого, Мария Андреева, долгое время одевалась у знаменитого модельера. Через два с половиной месяца ее освободили. Однако и тут она не покинула Россию – у нее здесь оставались сестры.

Человек огромной воли, Ламанова в 58 лет начала все сначала. В 1919 году она стала инструктором по созданию моделей при подсекции «Игла» в отделе Наркомпроса. При поддержке министра культуры Луначарского, жена которого, актриса Малого театра Розенель, одевалась у Ламановой, она создала при производственном подотделе Наркомпроса «Художественную мастерскую современного костюма», к деятельности в которой привлекала молодых талантливых модельеров.

В 1921 году началась ее работа в театре Вахтангова. Ламанова делала костюмы для спектаклей «Принцесса Турандот», «Зойкина квартира», «Егор Булычов и другие». Надежда Петровна становится профессором ВХУТЕМАСа, преподавателем курса «Промышленные ткани в костюме». И если раньше каждое ее платье было произведением искусства, то теперь она становится творцом моды для масс. Создавая рабоче-крестьянскую моду в тяжелые 1920-е годы, Н. П. Ламанова использовала дешевые и простые материалы. Она шила платья из платков и полотенец, а

пальто – из одеял.

В 1923 году в Москве открылось государственное предприятие «Ателье мод», где Ламанова разрабатывала идеи для нового советского костюма.

В 1924 году Лиля Брик вместе со своей сестрой Эльзой вывезла в Париж два десятка платьев от Ламановой. Демонстрация ими этих платьев в редакции парижской газеты «Се суар» на специально устроенных показах имела результат: Ламанова была приглашена для участия в Парижской международной промышленной выставке в 1925 году.

Специально для этой выставки Надежда Петровна, которой было уже 65, в соавторстве со своей давней подругой В. Мухиной создала коллекцию платьев в авангардном стиле. Здесь были платья рубашечного покроя с традиционной вышивкой, в комплекте с которыми шли аксессуары из необычных материалов – сумки из холста и бечевки, бусы из дерева, камешков и даже из хлебного мякиша. В 1925 году коллекция отправилась на выставку, хотя сама Ламанова в Париж не попала. Платья русского модельера поразили воображение взыскательной парижской публики и получили Гран-при за национальную самобытность.

После выставки Ламанова получила несколько приглашений работать во Франции и США. Однако она снова отказывается. В это время Надежда Петровна увлеклась идеей массового производства элегантной одежды, прет-а-порте, которая будет осуществлена в Европе только через 40 лет. Она работала в направлении упрощения кроя и минимизации отходов при промышленном производстве одежды. Ламанова выдвигает проект за проектом, многие из которых, однако, осуществить в условиях 20-х годов в стране советов не удалось – не хватало средств. А в 1930-е годы, когда, наоборот, появилась тенденция к усложнению и дроблению деталей, они и вовсе были забыты или отложены в сторону.

Но Ламанова не сдается и работает над созданием школы моды – Студии художественного производственного костюма. В 1924 году в журнале «Красная нива» была опубликована ее статьи, в которой описывались принципы реформирования российского модельного дела: «Мода нивелирует людей, не считаясь с особенностями и недостатками их телосложения (вспомним хотя бы кринолин или моду на “спеленутые” юбки). Но всякий человек, несмотря на все недостатки его тела, от природы или от образа жизни, имеет право быть гармоничным. Одно время укоренился предрассудок, что с грузной фигурой можно бороться путем затягивания ее в корсет, в узкие одежды;

на самом же деле это еще больше подчеркивало непропорциональность частей. Совершенно по другому направлению должна идти борьба с грузной фигурой: в этом случае силуэт может быть облегчен только посредством сокрытия непропорциональности путем пресечения его плоскостями другой формы. И наоборот, имея дело с хрупкой или просто худой женской фигурой и желая придать ей большую значительность, необходимо вместе с тем следить за тем, чтобы не отнять от нее самую легкость… Наше время отрицает всякую статику в жизни и в искусстве».

Работая над созданием массовой моды, Ламанова продолжала моделировать индивидуальную одежду. Ее клиентками были Лиля Брик, Александра Хохлова, Надежда Макарова. Надежда Петровна входила в редколлегии журналов «Искусство» и «Красная нива», при ее непосредственном участии выходил журнал «Ателье».

В 1930-х годах продолжается сотрудничество Ламановой с театрами. Надежда Петровна – «драгоценная, незаменимая, гениальная» – консультант во МХАТе, костюмер в различных театрах, кроме того, она моделирует костюмы для актеров первых советских фильмов: «Аэлита», «Поколение победителей», «Цирк», «Александр Невский».

Эта женщина всю жизнь выглядела потрясающе элегантно и величественно. Как-то она пришла на примерку платья для молодой актрисы Киры Ивановой в Художественный театр. По воспоминаниям Киры, Ламанова была «в изящном строгом костюме кремового цвета, отделанном бархатом, в юбке длинной, но не слишком – видны были ноги в шелковых чулках и, что удивительно для 80-летней женщины, на высоких каблуках… на руках с ухоженными ногтями были кольца». Надежда Петровна не могла позволить себе выглядеть по-другому. Уже во время войны она как-то сказала Вере Мухиной: «Я скоро умру… У меня остались всего только две капли “Коти”». Она не представляла себе жизни без французских духов.

14 октября 1941 года Ламанова собиралась эвакуироваться вместе с Художественным театром. Но она опоздала на сборный пункт, задержавшись у своей больной сестры. Театр уехал без нее – Надежду Петровну просто не дождались. Ламанова отправилась в Большой театр, с которым тоже давно сотрудничала. В небольшом скверике напротив театра она присела на лавочку отдохнуть. Однако встать уже не смогла – с ней случился сердечный приступ. Так она и умерла – в скверике «в центре Москвы, напротив грандиозного храма искусств, увенчанного квадригой Аполлона – бога, которому она бесстрашно служила

всю свою долгую жизнь».

ЛАНВИН ЖАННА

(род. в 1867 г. – ум. в 1946 г.)

Жанна Ланвин, которую любовно называли «матушкой моды», была первой женщиной-дизайнером, одной из самых ярких женских фигур в мире моды 20-х годов XX столетия. Ее исключительные талант и работоспособность позволили ей, девушке из бедной семьи, достичь невообразимых высот, создать целый мир элегантности и грациозности, ставший символом роскоши и утонченного вкуса.

Жанна Ланвин родилась 1 января 1867 года в Париже в семье с небольшим достатком. Лет за 15 до ее рождения ее дед, простой служащий типографии, оказал большую услугу Виктору Гюго: он помог писателю скрыться от полиции, снабдив его паспортом и одеждой. Гюго всю жизнь помнил об этом и спустя много лет помог отцу Жанны устроиться на работу, чтобы содержать семью. Отец зарабатывал достаточно денег для того, чтобы прокормить троих, но вся беда была в том, что через десять лет после рождения первого ребенка в семье было уже 11 детей-погодок. Жанне, как старшей, пришлось с ранних лет помогать матери по хозяйству и нянчить младших братьев и сестер. Поэтому и еще потому, что семья Ланвин быстро обнищала, девочка никогда не ходила в школу.

В 13 лет Жанне пришлось пойти работать. Сначала она

устроилась домработницей к одной из модисток «средней руки» в районе Сент-Оноре. Она выполняла не только домашнюю работу, довольно часто ей приходилось быть рассыльной, разнося заказы по всему городу. Чтобы как-то сэкономить деньги на карманные расходы, маленькая Жанна не пользовалась общественным транспортом. Мчась бегом вслед за автобусами с огромными коробками для шляп в руках, она мечтала о том времени, когда сможет заработать золотой луидор. В ателье знали об этом и шутливо называли девочку «маленьким омнибусом». Набегавшись за целый день, Жанна вечером садилась тихонько к своим куклам и начинала их наряжать по последней моде – она могла в мельчайших деталях повторить увиденные модели.

В 1883 году, когда Жанне исполнилось 16 лет, она перешла в другое ателье, к мадам Феликс, куда ее взяли ученицей модистки. Очень быстро она стала любимой ученицей, а затем первой мастерицей по отделке шляп. Два года спустя Ланвин решила стать на самостоятельный путь. Взяв небольшой кредит, она открыла собственную мастерскую по изготовлению женских шляпок. Дело развивалось медленно, но девушке удалось выдержать серьезную конкуренцию, и в 1889 году ее мастерская, преобразованная в ателье по пошиву шляп, переехала на улицу Буасси-д'Англа. Теперь здесь, в доме № 16, ателье стало занимать весь чердак. Хотя потом еще будут переезды – в двухкомнатную квартирку на улицу Сен-Оноре, а затем на улицу Матурин, именно 1889 год стал считаться датой основания Модного дома Ланвин.

Постепенно модный бизнес Ланвин набирал обороты. Сначала Жанне просто нужны были деньги – в семье подрастали младшие братья и сестры, и она считала своим долгом помогать отцу в зарабатывании средств на их содержание. Однако вскоре ее затейливые шляпки стали пользоваться огромной популярностью среди модниц Парижа. У Жанны появляются свои постоянные клиентки, большинство которых принадлежали к высшему обществу.

Иногда начинающая модельер прогуливалась по улицам Парижа, наблюдая за респектабельными дамами, которые могли бы стать ее клиентками. Она училась у них светским манерам, чтобы уметь правильно себя подать при работе с ними. Однажды во время такой прогулки Жанна познакомилась с молодым человеком, графом Эмилио ди Пьетро. Этот итальянец, красавец-мужчина, увлекающийся скачками и пари, был моложе Жанны на пять лет – ему только исполнилось 23. Вскоре очарованный молодой женщиной Пьетро сделал ей предложение. Жанна, которая уже давно чувствовала потребность стать матерью,

решила принять это предложение и выйти замуж, хотя любви к графу не испытывала. В 1895 году они сыграли свадьбу, а два года спустя, в августе 1897 года, родилась малышка Маргарита (Мэржерит). Этот брак продержался всего восемь лет – в 1903 году Жанна Ланвин развелась с Эмилио, а еще через четыре года она снова вышла замуж. Это тоже был брак по расчету, и из соображений репутации ее избранником стал Ксавье Меле, бывший журналист, а теперь дипломат, французский консул в Манчестере. Однако и этот мужчина не занял слишком большого места в жизни знаменитой уже мадам Ланвин. Когда Меле вышел в отставку, он поселился в одном из загородных домов своей жены и совсем перестал вникать в дела Жанны.

Единственной настоящей любовью Жанны стала ее дочь Маргарита, или Ирит, как сама она называла малышку. Ирит стала путеводной звездой для Ланвин, и именно с момента ее рождения началась карьера Жанны как модельера. Почти все свои коллекции Ланвин посвящала дочери. «Каждая клиентка, выбирающая платья от Ланвин, приобретает кусочек любви матери и дочери», – писал Жером Пикон, автор биографии Жанны Ланвин. Эта любовь стала символом всего предприятия Жанны Ланвин. В 1922 году художник Поль Ириб нарисовал несколько шутливых рисунков, изобразив Жанну с дочерью в атласных платьях и знаменитых шляпках от Ланвин. Один из них – «мать и дочь в союзе любви и нежности» – стал эмблемой Дома моделей.

Маргарита была главной музой для Жанны, пока не вышла замуж за внука министра Клемансо, став мадам Рене Жакмер. Вторым замужеством Ирит смогла реализовать самые честолюбивые планы своей матери. Она стала Мари-Бланш, графиней де Полиньяк, и начала играть одну из ведущих ролей в жизни парижского общества.

После рождения Ирит Жанна меняет направление своей деятельности. Она оставляет шляпки и посвящает все свое творчество единственной дочери. До нее детские платья были лишь уменьшенной копией взрослого гардероба. Убежденная, что детская одежда не должна быть такой строгой, мадам Ланвин создает прелестные наряды для Маргариты. Именно они вошли в ее первую коллекцию детской одежды, ставшую основой Дома моделей Ланвин. Ирит, симпатичная белокурая девчушка, в нарядах, сшитых Жанной, была очаровательна. Родители подруг маленькой модницы становились первыми клиентами этого нового направления деятельности Дома Ланвин. Постепенно слава Дома растет, и вскоре Жанну засыпают заказами. Немного позже Ланвин представила новую линию – модели для женщин всех возрастов. Теперь у нее стали одеваться и мамы ее

маленьких клиенток.

Отличительной особенностью стиля Ланвин был новый для первой четверти XX века прием драпировки тканей, позволяющий создавать очень женственные платья. Она ввела в моду мягкие складки-нирвюр, срисованные с античных нарядов. Ее платья из мягких струящихся тканей, длиной до щиколоток, были не слишком сексуальными, но женственными и романтичными. Они вошли в историю моды как «стильные платья» от Ланвин. Второй главной чертой стиля стала изысканная вышивка и аппликация. В качестве декора Ланвин использовала не только ажурную бисерную отделку и разнообразную вышивку, но и мозаику из кусочков стекла, зеркала и металла.

Свои разнообразные идеи мадам Ланвин черпала из личной библиотеки, в которую вошли бесценные книги по искусству, моде, истории костюма, коллекции иллюстраций и даже образцы роскошных тканей, составляющие ее «библиотеку материй». Эти образцы Жанна собирала лично, привозя их из путешествий по разным странам, куда она время от времени ездила вместе со своим вторым мужем-дипломатом. В одной из таких поездок по Италии ее поразил необычный оттенок синего цвета в картине Фра Анжелико. Этот неповторимый сине-голубой цвет оттенка лаванды впоследствии Ланвин сделает коронным цветом своего Дома моделей.

С началом Первой мировой войны Жанна не прекратила деятельность своего Дома моделей. Фронт был далеко, а парижанкам всегда хотелось одеваться красиво. Более того, Жанна открыла филиалы Дома в Канне, Довиле и Биаррице, а в 1918 году организовала показы своих моделей за рубежом – в Англии, Испании, Италии, Аргентине и Бразилии. К середине 1920-х годов Жанна Ланвин стала одним из признанных мэтров в мире Высокой моды. Носить наряды от Ланвин считалось признаком хорошего вкуса и символом принадлежности к высшему обществу. Все королевские дома Европы и известные актрисы 1920-х годов одевались у Ланвин. Большую роль в рекламе платьев от Ланвин сыграла дочь Жанны, к тому времени уже знаменитая и влиятельная графиня де Полиньяк, которая создавала клиентуру для матери по всему миру.

Бизнес Ланвин, этой замечательной женщины-модельера, процветал: с 1918 по 1939 год под маркой Ланвин было представлено свыше 16 тысяч моделей. На ее Дом моделей, который к тому времени состоял уже из 25 ателье, расположенных на Фобур-Сент-Оноре, работало более тысячи человек. Жанна запустила спортивную и мужскую линии и линию от кутюр. Дом Ланвин становится первым Домом, где могла бы

одеваться вся семья. Сама Жанна начиная с 1915 года принимала участие во всех международных выставках, а в 1925 году она стала организатором показов моды на Всемирной выставке в Париже. В 1926 году ее заслуги были отмечены по достоинству – мадам Ланвин был вручен орден Почетного легиона. С 1936 года она получила титул Посла Французской Моды.

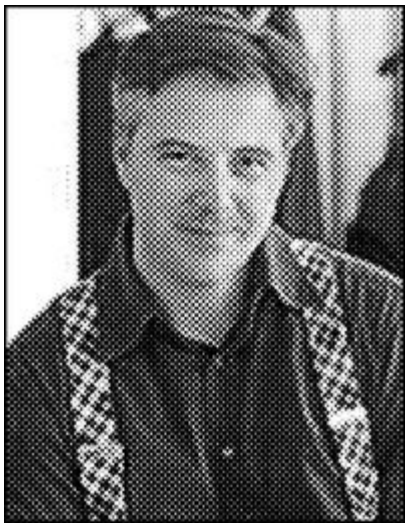
В 1923 году Жанна Ланвин сделала еще один шаг в карьере кутюрье и начала выпускать духи. В пригороде Парижа она приобрела красильный завод, который переделала в парфюмерную фабрику. Ее первый аромат Irise напоминал смесь ириса и фиалки. Затем, в 1925 году, были созданы духи Mon Peche, выпущенные в Америке под названием My sin, а в Испании – Geranium. Еще два года спустя появился посвященный Маргарите аромат Aprege, ставший одной из новых страниц в истории любви матери к дочери. Флакон духов, созданный в виде стеклянного шара, был украшен гравюрой ручной работы с изображением эмблемы Дома – матери, склоненной над дочерью.

Жанна Ланвин продолжала работать и в годы Второй мировой войны, провозглашая «красоту, несмотря ни на что». Правда, стиль ее стал проще, но от этого он был не менее привлекательным.

Умерла Ланвин в июле 1946 года в возрасте 79 лет. После ее смерти Дом моделей перешел к дочери. Маргарита поначалу пыталась вникнуть в дела компании, но, совершенно не разбираясь в подобном бизнесе, в 1950 году она передала руководство Домом испанцу Антонио Кановас дель Кастильо, на смену которому в 1963 году пришел Жюль Франсуа Крахе. Однако поднять Дом ни им, ни последующим стилистам не удавалось. И только в начале нового тысячелетия Дом Ланвин будто очнулся от вечного сна и ожил. Новую струю привнес дизайнер Альбер Эльбаз, который преобразовал классический «ланвиновский» образ женщины, «ничего радикально в нем не изменив, а просто расширив границы понимания женственности и пределов изящества». На сегодня Модный дом Ланвин успешно работает, и годовой оборот компании, достигший 1,5 миллиарда франков, растет. Дом моды с вековыми традициями сегодня продолжает создавать одежду и парфюм, «обладающие собственным характером и одновременно подчеркивающие индивидуальность владельца».

ЛАПИДУС ОЛИВЬЕ

(род. в 1958 г.)



Дизайнер завтрашнего дня. Наиболее яркий представитель одной из немногочисленных династий мира моды (кутюрье в пятом поколении). Его показы – это не просто настоящее шоу, но и выставка достижений научно-технического прогресса. Оливье считает, что процесс изготовления одежды необходимо привести в соответствие с потребностями современности. В подтверждение своих слов он уже изобрел машинку для склеивания тканей. Обладатель самых высоких наград в мире Высокой моды. Французы вручили ему «Золотой наперсток», немцы – «Золотую прялку». Компания Renault заключила с Оливье Лапидусом контракт не только как с дизайнером, но и как с изобретателем. При том, что он изобретает одежду с подогревом, светящуюся, со встроенными мягкими сотовыми телефонами, дизайнер консервативен во всем, не касающемся вопросов функциональности. Его модели удобны, а не шокирующи: узор на ткани при желании может стать трехмерным, нитки вышивки светящимися, а сама одежда напоминать полотна сюрреалистов, но при этом все будет на редкость красиво и пристойно, как и полагается у добрых католиков.

У Оливье такое родное, всем нам с детства знакомое, совершенно французское имя. Поэтому и фамилия Лапидус

кажется не менее родной Провансу. Однако его корни гораздо ближе к нашим берегам, чем могло бы показаться вначале. Деда Оливье в прессе часто называют русским эмигрантом. На самом деле истоки семьи еще и литовские, откуда, собственно, и пошла сама фамилия, которая изначально звучала как Лапидюс. Дизайнер никогда не чурался своего происхождения. Напротив, он всегда охотно посещает Москву, где проводит мастер-классы и возглавляет жюри различных конкурсов. Однажды в Минске, где Оливье был с показом, его даже ждал сюрприз – все белорусские Лапидюсы собрались ради него. Невзирая на звездный статус в мире моды, Оливье абсолютно лишен какого-либо снобизма. Он считает, что на востоке и, в частности, в России очень высокий потенциал для развития высокотехнологической промышленности. Следовательно, сейчас надо всячески помогать этому региону, чем Лапидус и занимается в меру своих сил. Именно поэтому был закрыт его магазин здесь: дабы не способствовать «эксплуатации народа, у которого нет денег». Оливье неоднократно высказывался о том, что Высокая мода должна быть носителем идей дружбы, а не снобизма, декаданса и «капитализма джунглей». Видимо, именно поэтому даже журналисты хором утверждают, что нельзя не попасть под его очарование при знакомстве. Что же касается связи с Россией, то их упрочила мать дизайнера, выйдя вторично замуж за русского – Георгия Бибикова, или, на французский манер, Жоржа де Бибикофф, поскольку этот человек происходит из весьма известного княжеского рода. Так что сводные брат и сестра Лапидуса носят такие привычные для нас имена – Наташа и Алексей.

Нет ничего необычного в том, что Оливье избрал стезю дизайнера. Удивительно лишь, что ему удалось добиться таких потрясающих успехов, ведь для этого необходимо было превзойти своих ближайших родственников, с которыми его неизменно сравнивали. Впрочем, выбор такой профессии при такой родне можно считать подвигом. Судите сами. Семья, в которой 2 июня 1958 года родился будущий кутюрье, с одной стороны, являла образец правоверных католиков, с другой – была целиком погружена в мир моды. Мать, в прошлом обладательница титула «Мисс Франция», долгое время работала манекенщицей (в том числе у Диора). Тетушка – родная сестра отца Розетт Торрент Метт – являлась основательницей собственного, весьма успешного Дома моды Торрент. Ну и, конечно же, отец – знаменитый Тед Лапидус. Именно ему принадлежит первенство в прославлении фамилии. Родившись в 1929 году, он в 21 год уже основал собственную компанию, а в 1951 году открыл помимо

бутика и именной Дом Высокой моды Теда Лапидуса. Через шесть лет он был уже членом Парижского синдиката высокой моды. Умение предвосхищать будущее присуще, видимо, всем членам этой звездной семьи. Именно Теду Лапидусу обязан современный мир стилем «унисекс». А кто придумал универсальный «милитари»? Опять он. Морские блейзеры и все мотивы сафари – это далеко не полный перечень достижений этого дизайнера. Он одевал знаменитую ливерпульскую четверку, Фрэнка Синатру и эталон женщины для множества мужчин – Брижит Бардо. Ему также принадлежит первенство организации показов под музыкальное сопровождение, которым кутюрье всегда занимался сам.

Именно такой удивительный мир окружал с самого детства Оливье. В доме частыми гостями были также Шарль Азнавур, Жак Брель и другие знаменитости. В общении с такими людьми нельзя не вырасти удивительным человеком. А общаясь с пеленок с закройщиками, попробуй не взять в руки ножницы, – что юноша и сделал. По его признанию, впервые это произошло в годовалом возрасте. «Еще не держался на ногах, а уже был в текстильном деле. Так что я люблю эту профессию и знаю ее изнутри», – с гордостью говорит дизайнер.

Все это, конечно, хорошо и дает неплохие шансы на успех, но чтобы стать настоящим профессионалом в любом деле, надо учиться. Оливье выбрал самое престижное парижское учебное заведение подобного профиля – «Профсоюзную палату кутюрье и создателей моды» (Chambre Syndicate des Couturies de Mode). Однако к тому времени он по малоосвещаемой в прессе причине рассорился с отцом, причем настолько, что даже был лишен фамилии. На образование пришлось зарабатывать собственным трудом. Понятно, что ни торговля мороженым, ни работа ночным сторожем особых денег не принесли. Накопленного хватило только на год обучения. Пришлось уложиться в этот срок, что не помешало Оливье стать лучшим в классе дизайна. Диплом же был выдан ему в 1983 году на имя Оливье Роббера. Потом молодого специалиста ждала Япония. Кстати, Тед Лапидус там же начинал свою карьеру. Имя сына также прогремело на всю Страну восходящего солнца, но уже под фамилией Монтегю.

В Юго-Восточной Азии молодой дизайнер провел около семи лет. Он не только набрался опыта, но и самовыразился настолько, что вошел в пятерку лучших модельеров Японии. В умелых руках громкое имя – чистая прибыль. Деятельность же Оливье на далеком острове вдали от родины не могла не впечатлять. Им была развернута целая сеть из 360 магазинов, что по доходам вывело его на 10 место среди французских предпринимателей в

данной сфере. Подобное состояние дел позволило Оливье Лапидусу выкупить фирму отца, когда до него дошли слухи о ее продаже. Спасение семейного дела дало ему возможность вновь обрести собственную фамилию. По крайней мере, именно такой версии начала карьеры дизайнера придерживается большинство масс-медиа.

Итак, в 1989 году пост арт-директора Дома Теда Лапидуса переходит от отца к сыну. Тогда же Лапидус-младший открывает наконец свое собственное ателье в Париже. Причем там, где когда-то оно было у Кристобаля Баленсиаги – великого испанского кутюрье, которого Оливье всегда считал одним из своих учителей. В том же году 14 марта Оливье представляет на суд широкой публики свою первую коллекцию от кутюр. Она стала действительно новым словом в моде. Даже Япония не смогла оказать влияния на своеобразное видение молодого кутюрье. Дело в том, что глубокая индивидуальность возводится им в жизненный принцип. Поэтому больше всего на свете дизайнер не любит, когда его с кем-то сравнивают. Возможно, причина в именитых предках, конкуренцию с которыми приходится выдерживать.

Как бы то ни было, от сезона к сезону Оливье Лапидус демонстрировал все более интересные и талантливые вещи. В настоящее время его по праву называют моднейшим из кутюрье. Причем если он и шокировал публику, то совсем не внешним видом своих изделий. При всей своей необычности одежда от Лапидуса очень пристойна, а временами даже традиционна. Та изюминка, из-за которой она так раскупается и чем привлекает внимание, заключается совсем не в эпатаже. Дело в том, что мастер в своей работе старается, прежде всего, исходить из реалий сегодняшнего времени. Например, его платья для достижения лучшего зрительного эффекта могут светиться, ведь раньше вышивка была рассчитана на ее восприятие при свечном освещении. На подобную идею дизайнера натолкнула книга писателя Танизаки «Похвала тени», где говорилось о том, как пострадали с появлением электричества традиционные японские театры. Требованием современности объясняет Оливье и появление одежды-интерфейса. Она обладает разнообразными коммуникационными возможностями, например, может транслировать звук и изображение. Кто-то, конечно, скажет, что все это не для нашей жизни и скорее напоминает фантастику или барские причуды, но… Разве не здорово в условиях Заполярья или в других тяжелых условиях иметь возможность воспользоваться Интернетом или телефоном, не снимая плаща, шубы, капюшона или даже перчаток? А одежда от Лапидуса это

позволяет, причем он продолжает и продолжает ее совершенствовать. Для этого ему приходится тесно сотрудничать со многими сугубо техническими и далекими от моды фирмами. Например, с английской компанией по производству гибких и плоских экранов «Кембридж технолоджи дисплей». Не остались в стороне и японская Sony и финская Nokia. В отличие от многих коллег дизайнер считает своей задачей не улучшение декоративных аксессуаров, а реальную помощь людям. Так что вскоре представители самых различных профессий и увлечений будут ему очень благодарны.

Французский дизайнер Оливье Лапидус очень резко отзывается о моде вообще и Высокой моде в частности. Он утверждает, что любит не моду, а удобную одежду. Что же касается изделий от кутюр, то ему кажется, что красочные шоу сейчас устраиваются для увеличения объема продаж.

Во всем мире только около 2000 человек способны купить их. Но это не означает, что дизайнер отказывает данному направлению в праве на существование. По его мнению, это нечто вроде «Формулы-1» в мире моды. «Мы же считаем, что от кутюр – это знания и огромнейший опыт, которые позволяют изобретать новое, современное», – говорит он. Оливье, как истинный француз, сравнивает моду с виноделием, где от кутюр играет роль безумно дорогих коллекционных вин. И именно эти бутылки, за несколько тысяч долларов каждая, обеспечивают общий уровень качества вина. Это очень точное определение. Не случайно Франция является Меккой этих двух искусств. Все объясняется небольшими размерами страны. «Если мы будем вынуждены говорить о количестве, мы будем в проигрыше: нас просто побьют. Нам, французам, необходимо поддерживать разговор о качестве», – говорит дизайнер.

Нынешний глава Дома Теда Лапидуса слов на ветер не бросает, непрерывно оттачивая свое мастерство. Он получил «Золотой наперсток» за коллекцию «Осень/зима-1994/95». Ее уникальность состояла в том, что все модели были выполнены из шелка, который напоминал самые разнообразные материалы, даже мех. Оливье Лапидус стал 33-м обладателем этой высшей награды в области от кутюр. В 1997 году он представил парку из лионского шелка, которая обеспечивала телу оптимальный температурный режим за счет того, что была прошита галогенной нитью. Ее дизайнер разрабатывал 11 лет. Идеи мастера были оценены во всем мире. На исходе XX века компания Renault заключила с ним контракт – первый в своем роде. Задача Лапидуса – вывести их модели автомобилей за рамки обыденности. Оливье вообще интересуется всем необычным.

Недавно в Румынии его внимание привлекла иконопись. На ее основе он разрабатывает высокотемпературную (200–600 градусов) печать по ткани.

Как ни странно, но лучшее изделие Лапидуса сделал не он. Как и у большинства кутюрье, это было платье невесты. К сожалению, в жизни «вне подиума» подобные вещи не встречаются, но тут был особый случай. Возлюбленная Оливье, Яра – ливанская принцесса голубых кровей (тоже дизайнер) – ждала его долгих шесть лет. По традиции жених не имеет права видеть платье невесты до свадьбы, поэтому его изобретал весь штат Дома Лапидуса. Причем не только те, кто имеет дело с шитьем.

Наивысшим счастьем для Оливье Лапидуса являются улыбки на лицах его близких. Свои модели он делает именно такими, чтобы люди в них улыбались, ощущая себя красивыми и свободными. Они изящны, легки, изысканны и при этом современны. Говорят, что по работам дизайнера видно, насколько он любит женщин. По словам Лапидуса, «когда он видит свою одежду на людях, восторг наполняет его сердце». Кутюрье полагает, что «это самое большое удовольствие и награда».

ЛАУДЕР ЭРИН

(род. в 1970 г.)

Вице-президент знаменитой компании Estee Lauder. И одновременно – внучка самой Эсте, легенды мира моды и королевы красоты – именно так ее называли.

После того как Эсте Лаудер создала свою известную на весь мир империю красоты, для ее потомков вопрос о том, чем же заняться в жизни и какую стезю избрать, отпал как бы сам собой. Разумеется, их вторым домом должен был стать офис семейной фирмы, и, надо сказать, ни один из членов семьи Эсте не обманул ее доверия. Сегодня, когда компания контролирует около 45 % рынка косметики в США и ее продукция продается практически во всех странах, где слово «мода» является актуальным, дети и внуки ее основательницы не жалеют сил для поддержания чести фирмы. Эрин Лаудер – дочь младшего сына Эсте, Рональда, – родилась 23 апреля 1970 года. Вклад ее отца в развитие компании был весьма значительным – именно он создал знаменитую марку Clinique, реализовав одну из идей матери. Правда, на некоторое время он отошел от семейного бизнеса – стал дипломатом и был послом США в Австрии. Но потом вернулся, видимо, решив, что его место – рядом с матерью и братом.

Сыновья Эсте – Леонард и Рональд – сейчас исполняют

функции председателей соответственно Estee Lauder Companies и Clinique Laboratories, внук Уильям не так давно стал исполнительным директором компании, а задача Эрин – реклама косметики и духов фирмы по всему миру. Для компании такого масштаба должность вице-президента по рекламе – один из наиболее важных, можно сказать, ключевых постов. От Эрин зависит не только объем продаж, но и общий имидж фирмы, и на ее плечи ложится огромная ответственность.

Довольно часто случается, что дети и внуки знаменитостей вынуждены жить в их тени, вырастая в результате либо закомплексованными людьми, либо бунтарями, стремящимися во что бы то ни стало вырваться из-под влияния стереотипов. С Эрин этого не случилось. Возможно, потому, что Эсте Лаудер слишком хорошо усвоила урок, преподнесенный жизнью. После того как ее семейная жизнь оказалась на грани катастрофы из-за того, что ее муж чувствовал себя всего лишь супругом знаменитой женщины, Эсте больше не повторяла этой ошибки.

Эрин с детства росла рядом с бабушкой, о которой может мечтать любая девочка. Разумеется, как и все дети и внуки Лаудер, она получила прекрасное образование. Но главные уроки проходили вовсе не в аудиториях. Эрин росла под влиянием исключительно умной, обаятельной и элегантной женщины, которая могла дать ей совет практически в любой ситуации. Пока девочка делала только первые шаги в семейной компании, Эсте часто приглашала ее в свой кабинет, обставленный по индивидуальному эскизу и удивительно уютный, делилась тонкостями ведения бизнеса, связанного с красотой. Эсте прекрасно понимала, что лучшей рекламой косметики является внешность ее производителя, и внучку научила тому же.

Впрочем, Эрин не стала точной копией бабушки. В отличие от нее, она предпочла более демократичный и свободный имидж. Журналистов, заглядывающих в знаменитый офис в Манхэттене, она встречает не в деловом костюме, а в джинсах и футболке. Разумеется, эти вещи куплены не на распродаже, а у лучших модельеров, однако прекрасно работают на создание нового образа компании. Дело в том, что компания, третьего поколения Лаудеров неизбежно должна была столкнуться с парадоксом, хорошо знакомым социологам. С одной стороны, фирма, продукцией которой пользовались еще бабушки нынешних покупательниц, выглядит достаточно надежной и устойчивой. С другой – молодежь очень часто с недоверием относится к тому, что предпочитают люди постарше, поэтому назначение Эрин вице-директором по рекламе стало исключительно удачным ходом.

Эта обаятельная тридцатипятилетняя женщина со стройной фигурой и длинными волосами стала живым доказательством того, что есть вещи, которые не поддаются влиянию времени или моде. И одна из них – это хорошая косметика. Если Эсте Лаудер была королевой красоты, то принцесса Эрин выбрала для себя образ классической американской девушки. Она занимается спортом, держится открыто и прямо и всем своим видом подчеркивает: смотрите, вы можете стать такими же…

Эсте Лаудер, впрочем, она считает недосягаемым идеалом: «Она всегда была на коне, всегда очень следила за модой, всегда выглядела на все сто. Я тоже модница – в этом мы с ней похожи, но я все-таки склонна прятать себя под одеждой. Мне важно, чтобы одежда меня защищала. А Эсте воспринимает одежду исключительно как обрамление себя и поэтому умела сама создавать моду. Представляете, она в 80 лет носила такие яркие и светлые тона, на которые я сейчас не всегда осмеливаюсь!» Тем не менее, элегантность – неотъемлемая черта всех Лаудеров, это у них в крови. По словам Эрин, элегантность заключается не в следовании моде и не в дороговизне или вычурности нарядов, это «что-то внутреннее, зависящее от самоощущения».

Эрин Лаудер – исключительно занятая женщина, каждый день ее ожидает масса дел. В ее обязанности входит присутствие на всех презентациях фирмы, работа с манекенщицами, продумывание рекламных ходов. Нестандартному подходу к рекламе она училась у Эсте, и поэтому некоторые из ее решений выглядели по-настоящему оригинальными и смелыми. Чего стоил, например, нашумевший проект по покраске Пизанской башни в розовый цвет! Впрочем, откровенный эпатаж – не в духе Эрин, она предпочитает более традиционные средства. Скажем, смену модели, являющейся лицом компании. До недавнего времени лицом косметических линий Estee Lauder была знаменитая модель Элизабет Херли, а потом ее место заняла Каролин Мерфи. Выбор «лица» фирмы – момент очень ответственный, ведь модель должна быть не просто внешне привлекательной, но и иметь, так сказать, свою изюминку. Эрин, которая на тот момент только недавно стала вице-директором, с выбором не ошиблась. Каролин Мерфи стала исключительно удачной находкой. И внучка знаменитой Эсте с гордостью говорила на пресс-конференции: «Я всегда думала, что она очень красива, но встретившись с ней, я почувствовала, как близок ее облик любой женщине. Это тоже делает Каролин очень подходящей для нас».

Компания Estee Lauder, возникшая как маленькое семейное предприятие, давно стала империей. Ей сегодня принадлежат

знаменитые бренды Prescriptives, Clinique, Origins и Aramis. Фирма даже приобрела новые линии ароматов, такие как M.A.C., Bobbi Brown Essentials и Tommy Hilfiger. Так что дел у Эрин немало. Сегодня она устраивает совещание команды в офисе компании в Манхэттене, завтра летит в Беверли-Хиллз на презентацию нового аромата (пять часов в самолете!), а послезавтра у нее прием в Нью-Йорке… Приходится успевать везде, и при этом выглядеть свежей и отдохнувшей. А дома ее ждет семья…

Эрин весьма далека от тех женщин, для которых карьера заменяет все радости жизни. Встретив мужчину своей мечты, она приняла его предложение. Разумеется, Эсте пришла полюбоваться свадебным торжеством. Она появилась в Лонг-Айленде в совершенно умопомрачительной белой шляпе и от всего сердца поздравила молодых. Мужем Эрин стал преуспевающий банкир, имени которого она в интервью не упоминает. По словам Эрин, то, что каждый занят собственным бизнесом, нисколько им не мешает. Семья – дружная команда, где каждый заботится о каждом. Единственное, чего не хватает – это свободного времени, которое Эрин с удовольствием посвятила бы мужу и детям (у нее растут два сына). Пока дети еще маленькие, но Эрин с улыбкой вспоминает один из советов бабушки – готовиться к роли свекрови.

Уход из жизни Эсте Лаудер (это случилось в 2004 году) ее внучка восприняла стоически. Эрин до сих пор не хватает ее общества, но она унаследовала от бабушки главное – умение с надеждой смотреть в будущее, готовность к борьбе за него и преданность своему делу. А это значит – династия королев косметики продолжает царствовать.

ЛАУДЕР ЭСТЕ ДЖОЗЕФИНА

(род. в 1908 г. – ум. в 2004 г.)

Знаменитая основательница компании Lauder, которая на сегодняшний момент контролирует 45 % рынка косметики в США и поставляет свою продукцию в 130 стран мира. Вначале XXI века оборот фирмы составил около 10 миллиардов долларов.

Одна из самых популярных корпораций, занимающихся выпуском косметики, Estee Lauder Co. расположена на 40-м этаже здания General Motors в Манхэттене. Сегодня к ее брендам Estee Lauder, Prescriptives, Clinique, Origins и Aramis прибавились недавно приобретенные линии ароматов M.A.C., Bobbi Brown Essentials и Tommy Hilfiger. Корпорация не создает новых направлений в своей области, но умудряется прочно входить в число «флагманов» мирового рынка данной продукции.

Легендарная основательница косметического концерна, дочь эмигрантов Джозефина Эсте Ментцер родилась в Нью-Йорке; точная дата ее появления на свет неизвестна. Предположительно, Эсте увидела свет 1 июля 1908 года. Сама «императрица» не хотела, чтобы дату ее рождения знал кто-то, кроме нее самой, так что о возрасте Лаудер, в результате, ничего не знают даже ее сыновья… История Эсте – это история очередной Золушки, которая не имела вначале ничего, кроме великой мечты и желания ее реализовать. Недаром в своих мемуарах эта

удивительная женщина разделила прожитую жизнь на три периода, красноречиво назвав их «Мечта о мечте», «Реализация мечты» и «Жизнь в мечте».

Итак, история Estee Lauder, можно сказать, началась задолго до появления на свет самой Эсте. Ее можно отсчитывать с того момента, когда 40-летняя дочь француженки и венгерского еврея Роза Шольтц решилась на развод с нелюбимым мужем. А вскоре эта дама, которая в течение круглого года имела обыкновение не расставаться с черным зонтом от солнца, вновь связала себя узами брака в неким коннозаводчиком Максом Ментцером, который был как минимум на 10 лет младше своей новой «половинки». В то время подобный расклад метрик уж никак нельзя было назвать делом обычным, но Эсте утверждает: именно разница в возрасте стала «двигателем» брака ее родителей. «Если бы все женщины были поставлены в условия, при которых надо держать себя в тонусе перед молодым мужем, они никогда бы не переставали ощущать себя богинями!» – мечтательно повторяла она. Королева косметики на всю жизнь уверовала в правильность позиции матери, утверждавшей, что «мы красивы ровно настолько, насколько полагаем себя красивыми». Роза Шольтц знала, о чем говорила: ради нее Макс Ментцер отверг предложение австрийского императора жениться на его племяннице. А ведь Роза могла принести в «приданое» второму супругу только шестерых детей от первого брака…

Жила будущая «императрица» в районе Квинс. Еще в трехлетнем возрасте она делала «макияж» своим куклам, а через год сооружала маме и сестрам оригинальные прически. Нежелание «сотрудничать» малолетний дизайнер воспринимала как личную обиду… В пять лет девочка в добровольно-принудительном порядке мазала маминым кремом для лица неосторожно подвернувшихся под руку родственников. Своей напористостью она сумела откровенно напугать даже покладистого отца. Макс Ментцер, дабы направить энергию дочери в более мирное русло, купил ей куклу с огромным гардеробом: мол, пускай дитя экспериментирует на неживых предметах… Однако Макс просчитался: теперь Эсте всерьез занялась… семейным гардеробом! Уже тогда девочка знала: смыслом ее жизни является потребность быть заметной, женственной и непохожей на остальных…

С материальной поддержкой похвальных начинаний родители Эсте не торопились. Однако малолетняя модница, тем не менее, довольно успешно воплощала в жизнь собственные идеалы. Так, она с удовольствием переняла привычку матери ежедневно принимать ванны, хотя в то время данный довольно

сложный процесс являлся едва ли не королевской привилегией. К тому же Эсте постоянно меняла свои два шелковые платья, дополняя их различными аксессуарами (чаще всего – собственного изготовления); в результате, у окружающих складывалось впечатление о том, что мисс Ментцер является обладательницей гигантского гардероба…

Отец оставил Эсте своеобразное наследство: пустое старое кладбище (Макс имел свои, несколько оригинальные, понятия насчет оптимального вложения средств), пару хороших лошадей да небольшой магазинчик. Витрины последнего Эсте время от времени разрешали декорировать.

Первую свою шубу будущая «императрица» соорудила из шкуры леопарда. Нет, Ментцеры и близко не могли позволить себе такой роскоши. Но зато у Макса имелся богатый родственник… Вышеупомянутая шкура долгое время играла роль солидного коврика под кофейным столиком, и Эсте давненько к ней приглядывалась. Однажды мужчины уж слишком увлеклись, обсуждая тему воспитания подрастающего поколения, и это самое «поколение», ничтоже сумняшеся, сумело потихоньку утащить вожделенный мех, уединиться возле зеркала и… превратить коврик в нечто, весьма похожее на роскошное модное манто. Эсте так увлеклась, что не заметила прихода хозяина дома… Правда, родственник отличался определенной широтой натуры, так что безнадежно изрезанный «трофей» он просто подарил отчаянной «охотнице». Мех, кстати, не пропал: уже через месяц девушка щеголяла в супермодной меховой куртке собственного дизайна. Интересно, что данная вещь так и не покинула гардероба Эсте: Лаудер искренне считала куртку одной из «ступенек» собственного восхождения к вершинам мечты…

Первый камень в фундамент собственного дела будущая Королева красоты заложила тогда, когда в Америку перебрался из Венгрии ее родной дядя по материнской линии. Джон Шольтц был видным дерматологом, и тяготам Первой мировой войны предпочел спокойную жизнь за океаном. К тому же, врач привез с собой рецепт своего фирменного крема (Джон в шутку называл собственное изделие «мазилкой на все случаи»). Именно так, на обычной газовой плите в доме Ментцеров, родился знаменитый Super-Rich All Purpose Creme, ставший основой одной из наиболее влиятельных американских косметических фирм. Дядя сразу же просветил Эсте на счет вреда мыла для лица и научил племянницу принципу снятия макияжа маслом. Он также вбил в голову девушки, что для сохранения молодости кожу необходимо не только очищать, но питать и восстанавливать. Этот принцип впоследствии лег в основу знаменитой лаудеровской системы

ухода за кожей.

Чрезмерно активная племянница постоянно вмешивалась в работу дяди со своими рационализаторскими предложениями, которые, к удивлению Шольтца, оказывались на редкость здравыми и дельными. Вскоре в маленькой конюшне позади дома действовала уже небольшая лаборатория.

В 17 лет Эсте удалось убедить родителей приобрести маленький загородный домик на озере Мохиган. Там девушка познакомилась с Джозефом Лаудером – представителем хорошей аристократической семьи. Роман развивался по классическим канонам и был на удивление красив. К тому же Джозеф являлся воплощенной мечтой для самой требовательной тещи: был образован, состоятелен, стабилен, решителен и… влюблен до невменяемости. Он соглашался исполнять все прихоти Эсте, пообещав, между делом, помочь ей воплотить мечту об офисе на Манхэттене. Спустя два месяца началась подготовка к свадьбе, и будущая миссис Лаудер засела за создание собственного свадебного платья: авангардного, с V-образным вырезом, короткого спереди и длинного сзади. Дополняла туалет маленькая шапочка-таблетка с невообразимо длинной фатой. Фотогравюра со свадебной церемонии была опубликована в New York Times.

После замужества Эсте продолжала работать над улучшением качества крема, изобретенного дядей. Осуществлению ее мечты не мешали ни новые обязанности, ни родившийся спустя два года сын. Кстати, с ингредиентами кремов и «конечным продуктом» миссис Лаудер экспериментировала на себе…

Прошло не так много времени, и хозяйка парикмахерской House of Ash Blondies, которую регулярно посещала Эсте, стала интересоваться, каким образом ее белокурая клиентка добилась такого изумительного состояния кожи. Недаром ведь Лаудер всегда говорила, что лучшей рекламой косметики служит внешний вид производителя! В то время, кстати, с подобной аксиомой никто из воротил косметического бизнеса знаком не был…

Спустя месяц Эсте «колдовала» над своей первой клиенткой – владелицей парикмахерского салона. В распоряжении Лаудер были очищающее масло, питательный крем на натуральной основе, крем от морщин, легкий лосьон, специальная пудра, румяна. Через несколько недель миссис Моррис не узнала себя и… предложила Эсте открыть косметический кабинет в своем новом салоне на Шестидесятой улице. Так начала развиваться империя Лаудер, в основу которой были положены не деньги, связи или образование (последнее у Эсте отсутствовало

полностью), а настойчивость и граничащее с упрямством упорство.

Хитрости «императрице» было тоже не занимать. Например, начав изготавливать духи, она заходила в крупный магазин, сетовала на то, что ее изделия не хотят там продавать, и… «случайно» роняла флакон. После этого, мило извинившись, она удалялась. А покупатели целый день настойчиво интересовались: чем это так пахнет в помещении? Лаудер постоянно «мелькала» также в салонах красоты, на курортах, в пляжных клубах, предлагая новинки состоятельным дамам. Тот, кто однажды покупал у нее косметику, становился постоянным клиентом настойчивой и обаятельной молодой женщины: Эсте в отношении качества товара была настоящей фанатичкой.

Но перспектива мелкой розничной торговли Лаудер не особенно прельщала. Она хотела добиться в жизни многого… В 1946 году Эсте вместе со своим супругом основала собственную компанию. Спустя еще два года новая продукция появилась на прилавке популярного универмага Saks на Пятой авеню, а затем и других крупных магазинов. Амбициозная и энергичная основательница знаменитой фирмы, чьим девизом были слова: «Приемлемо только то, что безупречно!» – постоянно расширяла свое дело. Косметика ее марки стремительно приобретала популярность. Теперь, кроме средств по уходу за кожей и ароматами, Лаудер предлагала своим клиенткам также высококачественную декоративную косметику.

Уже обретя известность, Эсте позаботилась о том, чтобы ее бренд постоянно присутствовал в сумочках тех, на кого равнялась широкая публика. Для этого она раздавала своим знаменитым друзьям небольшие образцы собственной продукции. Среди изобретений этой женщины числится не только концепция раздачи бесплатных образцов, но и концепция «подарок к покупке», столь привычная в наши дни, взятая на вооружение многими известными компаниями. Лаудер впервые ввела в косметический обиход линию antiage; концепцию скоростного наложения макияжа; концепцию салонов красоты all-in-one, где женщина получает полный спектр услуг; понятие «натуральный продукт»; идею гипоаллергенной косметики; название собственной марки (имени самой себя); логотип, внедряющий в массовое сознание идею «продвинутой элегантности»; классическую форму банок; их фирменный цвет и многое другое… Эта женщина приучила американок ежедневно пользоваться парфюмом и первой создала лабораторию по внедрению последних достижений науки в космоцевтику и парфюмерию. Эсте первой додумалась также до создания

парфюмированного масла для ванн и стала принципиально настаивать на том, чтобы определенный запах сопровождал каждую женщину круглосуточно: красивой нужно быть вне зависимости от того, где ты находишься и видит ли тебя кто-нибудь!

Вот только семейная жизнь Эсте рано дала трещину. Карьера ее супруга развивалась менее стремительно, и он постепенно оставался не у дел. Человек замкнутый, Джозеф не умел принимать гостей и изображать радость при любом настроении. Зато он превосходно умел считать деньги и просто любил свою жену. А Эсте никак не могла понять, что последнее «просто» стоит больше всего остального… Когда старшему сыну «императрицы» исполнилось четыре года, а у гостей дома вошло в привычку называть Джо «мистер Эсте Лаудер», супруги расстались. Четыре года женщина наслаждалась приключениями и свободой, после чего… вернулась к Джо, уразумев наконец, что никто из мужчин не способен долго выдерживать ее буйный темперамент и фантастические идеи. К тому же, муж оказался единственным человеком, который был в состоянии унять мотовство Эсте. С тех пор семья заняла приоритетное место в системе ценностей Лаудер. Она представлялась не иначе, как миссис Джозеф Лаудер и даже отказалась от предложения президента Никсона стать послом США в Люксембурге: в этом случае ее супругу вновь пришлось бы играть роль тени великой дамы…

Джозеф решил, что пришло время оставить собственный бизнес и стал директором по развитию будущей фамильной империи. А рождение сына Рональда только укрепило отношения супругов. Подрастая, дети постепенно влились в семейный бизнес, оправдав надежды своих родителей. Вот только Джо шутил, что любимым его ребенком все же остается Эсте…

С детьми у Лаудер отношения складывались прекрасно. Например, не чуждая чувству юмора мать выдавала Лео, который отправлялся на летний отдых, пачку адресованных самой себе писем. Каждый день необходимо было лишь отправить конверт домой. «Хороший способ заставить подростка вспомнить про родителей, не правда ли?» – смеялась она. А когда оба сына обзавелись собственными семьями, Эсте изобрела свою концепцию отношений «свекровь – невестка»: «Свекровь должна раз и навсегда закрыть рот и открыть кошелек», – говорила она. Смешно, но браки ее детей оказались очень удачными…

От активного участия в делах компании Эсте отошла только в 1995 году, однако продолжала занимать пост председателя-основателя концерна. Спустя три года журнал Time опубликовал список 25 наиболее влиятельных людей в бизнесе XX века. Лаудер

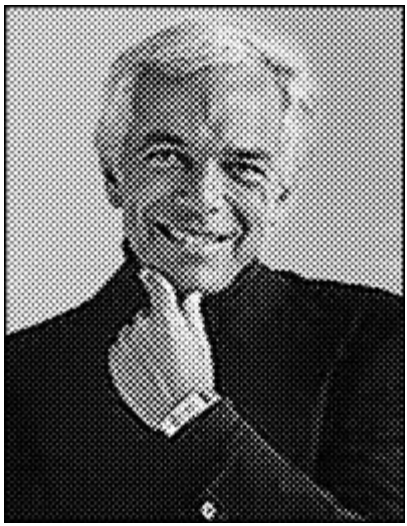
стала единственной женщиной, вошедшей в него…

Эта удивительная женщина умела создавать моду не только на косметику, но и на одежду, которую воспринимала как обрамление человека, а не как самостоятельную единицу. Именно поэтому Лаудер и в 80 лет с удовольствием носила такие яркие и светлые тона, на которые не всегда отваживалась ее модница-внучка! Даже в 90 Эсте умудрялась выглядеть всегда безупречно элегантно… Она была убеждена, что каждая женщина может выглядеть великолепно вне зависимости от возраста и состояния. «Конечно, годы играют против меня. Но на моей стороне играю я сама! Еще посмотрим, кто победит!» – встряхивала своей шикарной гривой «императрица».

Потомки легендарной основательницы компании продолжили ее дело. Сыновья Лаудер Леонард и Рональд стали председателями Estee Lauder Companies и Clinique Laboratories, внучка Эрин – вице-президентом Estee Lauder по глобальной рекламе, а внук Уильям не так давно сменил кресло главного операционного директора на кресло исполнительного директора компании. Правда, Рональд Лаудер все же «переквалифицировался», начав строить дипломатическую карьеру в качестве посла США в Австрии. В будущем же империя перейдет в руки подрастающих правнуков Эсте. А это значит, что мы можем быть уверены: продукция знаменитой марки будет и впредь продолжать радовать даже самых капризных потребителей.

ЛОУРЕН (ЛИФШИЦ) ПОЛО РАЛЬФ

(род. в 1930 г.)



Известный кутюрье, законодатель стиля в моде, который называют «американским взглядом на Европу 1930-х», потомок старинной аристократической династии европейских раввинов. Коллекции Лоурена совершили коренной переворот в представлениях о моде и являются на Западе очень популярными. Говорят, что этот дизайнер стал одним из «лиц» Америки, продемонстрировав, что человек действительно может добиться всего сам, – естественно, при наличии необходимой напористости и трудолюбия. И все же, деятельность компании Polo Ralph lauren является ошеломляюще успешной даже для США.

Ральф Лоурен, приобретший мировую известность, считается самим воплощением современных амбиций. И он, пожалуй, имеет на это полное право, поскольку судьба данного человека была непростой, а его дорога к успеху – рискованной и трудной. Сейчас в ведении кутюрье находится международный бизнес в 10 миллионов долларов, и злопыхатели вовсю перемывают Лоурену кости, называя его жуликом и подражателем. Мало кто вспоминает, что Ральф сам создал себе имя и едва не обанкротился, придерживаясь собственных принципов.

Западной публике хорошо известен этот целеустремленный, уверенный в себе, корректный, вежливый и сдержанный человек.

Но, приходя на работу в компанию, Ральф Лоурен сбрасывает этот добропорядочный аристократичный образ, превращаясь, по словам подчиненных, в жестокого тирана, самовлюбленного и абсолютно ненадежного эгоиста.

Интересно, что Ральф не имел ни малейшего представления о том, откуда он родом, до того момента, когда кутюрье исполнилось 63 года. В конце концов ему удалось выяснить через свою мать, урожденную Фрейдл Котляр, что семья Лифшиц происходила из рода знатных еврейских аристократов с древней родословной. Но говорить о своих европейских корнях дизайнер не любит. Это не удивительно. Ведь многие беженцы из Восточной Европы практически ничего не знают о своих предках: последние, решив покинуть родину, оставляли позади не только многие сотни километров, но и воспоминания, начиная жизнь в буквальном смысле «с нуля». А после Второй мировой войны, когда память о страшном Холокосте была еще совсем свежа, евреи вообще предпочитали «забыть», откуда они родом. На навязчивые расспросы представители гонимого народа ограничивались «исчерпывающими» сообщениями типа: «Из России», «Из Польши», «Из Минка-Пинска». Последняя фраза означала, что люди приехали из так называемой «черты оседлости», единственного места, где в царской России евреи могли проживать легально. Откуда прибывали «перемещенные лица» на болотистые земли вблизи городов Минск и Пинск? У каждой семьи была своя невеселая история, которой евреи не торопились делиться с любопытными.

Дед Ральфа вместе с двумя из пяти своих детей приехал на остров Эллис (близ Нью-Йорка) в 1920 году. Он и его предки являются ашкеназами (немецкими евреями), и фамилия Лифшиц происходит, вероятнее всего, от названия города Либешиц. Данный род еще в XVI веке был родом раввинов, занимавших высокие посты. Больше всего о корнях семьи знает старшая двоюродная сестра Ральфа Лоурена, Тельма Фрид, – самая религиозная представительница многочисленной родни кутюрье. Однако сам дизайнер, позволивший нескольким своим близким друзьям дать интервью корреспонденту, который занялся написанием книги о «живой легенде Америки», запретил сестре рассказывать что-либо прессе. Тельма Фрид не стала идти на конфликт с братом, ограничившись только заявлением: «Он не хочет обсуждать нашу семью, но не потому, что мы стесняемся чего-то». А дальний родственник Лоурена, Кэрол Скайделл, добавил, что если предки пытались забыть о прошлых трагедиях и тяготах, то зачем все вспоминать и ворошить «прах и пепел» минувших столетий? И тем более, зачем выставлять минувшее на

всеобщее обозрение?! Ведь семейная история – дело сугубо личное, и нечего делать ее достоянием досужих сплетников. Пожалуй, в таком заявлении и правда достаточно здравого смысла…

Итак, ни дед будущего кутюрье, ни его родители ничего не рассказывали своему отпрыску о славном прошлом семьи. Не имевший ни малейшего представления об оригинальности собственной родословной, заурядный парнишка по имени Ральф вырос в еврейском гетто в Бронксе. Детство его назвать счастливым может только человек, наделенный от природы настоящим даром «черного юмора»… Достигнув возраста, подходящего для начала образования, Ральф стал студентом ешивы, носил ермолку и даже не мечтал о том, что когда-нибудь будет одним из законодателей моды, человеком, возможности которого практически неограничены. Ему и во сне не могло присниться, что спустя десятилетия к мнению нынешнего бедного еврейского студента будут почтительно прислушиваться миллионы людей. В те годы паренек, носивший фамилию Лифшиц (Лоуреном он станет значительно позже), буквально разрывался между эмигрантской культурой и желанием создать что-то свое, непохожее на привычные с детства вещи и обычаи. К тому же Ральф оказался человеком, для которого материальная сторона жизни являлась превалирующей. Парню хотелось солидного, обеспеченного быта, полноценной состоятельной жизни, а гетто могло предложить ему лишь возможность выживать…

Когда молодой человек решил заняться дизайном и моделированием, он пожелал сменить фамилию, веря, что это поможет изменить его жизнь к лучшему. Что ж, надежды вчерашнего студента вполне оправдались! Хотя для того, чтобы обрести коммерческое благополучие, о собственном аристократическом наследии пришлось забыть. Идти новоявленному кутюрье пришлось проторенными тропинками, но кто сказал, что они от этого становятся более легкими? Несколько раз принципиальный и «нестандартный» дизайнер был на краю банкротства. Молодому мастеру приходилось постоянно преодолевать чувство сомнения, бороться с многочисленными каверзами бизнеса. Однако судьба оказалась благосклонной к Ральфу. Ему удалось справиться с трудностями и построить собственную империю, создав популярную марку одежды. На тот момент этому седовласому импозантному кутюрье было немногим больше 30 лет. Вот только основывался имидж роскоши и состоятельности на создании почти анонимных товаров…

Путь к вожделенному благополучию начался в 1984 году,

когда Ральф взял в аренду сроком на 20 лет пятиэтажный дворец в стиле французского ренессанса, построенный в 1898 году в фешенебельном районе Манхэттена. Здание принадлежало мисс Вальдо, которая занимала видное положение в обществе. В свое время эта дама выделила полмиллиона долларов на возведение копии дворца, стоящего во Франции, в долине Луары. Дворец изобиловал множеством широких окон, статуй и каминов. А рядом высилась строгая епископальная церковь Святого Джеймса, построенная из бурого железистого песчаника (сюда, кстати, до сих пор ходят знатные ньюйоркцы).

По неизвестным причинам хозяйка во дворце жить не захотела. Вместо нее великолепное здание занимала сестра мисс Вальдо, Луиза, и ее сын, Райнелэндер, герой испано-американской войны, а затем комиссар полиции Нью-Йорка. В 1912 году банк лишил жильцов права дальше пользоваться своим имуществом. Затем, в 1920-х годах, здание решили отдать под офисы декораторов интерьеров, торговцев античным товаром, организацию цветоводов, магазин специальных продуктов питания, дом-аукцион Филипс.

В 1986 году реставрация обветшавшего строения была завершена и дворец стал особняком Поло (в нем на панелях зеленого стекла арт-деко были выгравированы игроки в поло). Это здание стараниями предприимчивого арендатора превратилось в своего рода Диснейленд и популярный туристический аттракцион Нью-Йорка. Теперь претенциозный особняк был «лицом» самого кутюрье и его собственной марки одежды. И лицом, надо сказать, весьма впечатляющим! Продукция компании Лоурена отлично продавалась – может быть, потому, что дизайнер счел для себя возможным не следовать стереотипам, а «перетряхнуть» представление сограждан о моде как таковой, предложив свежие, неизбитые решения. Вещи от Polo Ralph Lauren сделались узнаваемыми, стали символом «продвинутости». К тому же они были на удивление удобны и практичны. Вскоре торговая марка Лоурена устоялась и приобрела армию своих постоянных клиентов. Теперь уже о кутюрье говорили, как о «настоящем американском подлиннике», ставя Ральфа в один ряд с Уолтом Диснеем и Генри Фордом. Еще бы! Вчерашний обычный еврейский мальчишка сумел стать одним из тех, кого принято называть «хозяевами жизни», живым воплощением Американской Мечты.

Но с течением времени проблем в жизни знаменитого дизайнера не убавилось. И если бизнес уже не создавал значительных поводов для беспокойства, то здоровье Ральфа стремительно ухудшалось. Несколько лет назад Лоурену

пришлось пережить серьезную операцию по удалению опухоли мозга. Однако, едва преодолев серьезный жизненный кризис, кутюрье снова «тряхнул стариной» и… завел себе новую подругу – известную модель, красавицу-блондинку. Чем наглядно продемонстрировал: его конкуренты могут оставить надежду на то, что владелец Polo Ralph Lauren наконец-то уйдет на покой. Что ж, шокировать публику Ральф уже привык, а шепоток за спиной давно перестал замечать. Да и то: злословие – удел слабых, так что стоит ли портить себе жизнь из-за нелицеприятных слов?

В 90-х годах прошлого века Лоурен пошел на риск и сделал свою компанию общественной. Чутье на успех не подвело дизайнера: вскоре он превратился в богатого до неприличия человека, сразу же обретя толпы завистников и злопыхателей. И тем не менее, начинание этого бизнесмена открыло в буквальном смысле новые горизонты для предпринимателей его поколения во всем мире.

Сегодня в карьере кутюрье – затишье. Компания благополучно работает, прибыли от оборота постоянно возрастают, конкуренты лишь бессильно злятся, слыша упоминание о процветании «жулика». Но те, кто хорошо знают Ральфа Лоурена, уверены: в состоянии покоя мэтр не сможет пребывать долго. Скорее всего, в ближайшем будущем он в очередной раз перевернет с ног на голову привычный для нас мир моды, и после новой волны оваций, обвинений, восторгов и злословия возросшая армия поклонников марки Polo Ralph Lauren разметет с прилавков новинки и снова потребует «продолжения банкета»…

ЛЮТЕН СЕРЖ

(род. в 1942 г.)

Знаменитый французский стилист, жизненное кредо которого воплощено в фразе: «Моя работа изображает философию красоты языком искусства».

Среди знаменитостей мира моды немало людей, которые производят впечатление баловней судьбы. Кажется, что с самого раннего детства обстоятельства жизни складываются в их пользу, а успех выглядит неизбежным и несколько необъяснимым. Знакомство с биографией одного из выдающихся стилистов, успевших заявить о себе и на Западе, и на Востоке, производит именно такое впечатление. Однако если присмотреться внимательнее, открывается совершенно другая картина: постоянные поиски, недюжинная работоспособность и фанатичное отношение к работе, которые и сделали маэстро одной из ключевых фигур в современном мире моды.

Серж Лютен родился в 1942 году в Лилле, промышленной столице северной Франции. Детство его пришлось на послевоенные годы, которые были сложными не только для СССР и Германии, но и для всей Европы. Слабый и робкий ребенок, Серж все же унаследовал две основные черты своей нации – неукротимый оптимизм и артистичность. Его карьера началась в 14-летнем возрасте с подработки в местных парикмахерских.

Нельзя сказать, что ножницы в его руках мгновенно превращали Золушек в сказочных принцесс. Это был способ заработать на сколько-нибудь безбедное существование и одновременно – первая школа жизни. Как и большинство рядовых, консервативных парикмахерских, его место работы не располагало к творчеству: небольшой набор «типовых» фасонов, стандартный подход ко всем клиентам. Серж нередко представлял себе, как можно разнообразить жизнь тех женщин, чьи волосы он укладывал, изменить их внешность и выделить из общей толпы. Далеко не сразу нашлись хозяева, которые дали ему шанс воплотить свои фантазии в жизнь, и женщины, решившиеся на кардинальные изменения в своей внешности. Однако когда это произошло, Лютен быстро стал известен. Молодой парнишка уверенными движениями укладывал женские волосы, делал короткие стрижки, придавая им мальчишеский вид. Конечное изобретение Лютена, которому он пожаловал титул les garçonnes, произвело на провинциальный Лилль эффект ледяного душа. Однако клиентки были довольны, а последнее слово оставалось за ними.

Именно тогда родился образ, который стали называть «женщиной Лютена». Серж представлял ее не столько как эффектный визуальный образ, сколько как выражение особого стиля жизни: «Она не имеет никакого отношения к моде, я не представляю ее рекламирующей духи в витрине магазина или объясняющей технику нанесения макияжа. Она таинственна, загадочна, женщина без возраста. Я потратил много времени на ее поиски. У нее хрупкое тело и длинное, овальное лицо. Она – моя ускользающая вселенная. Только через нее я могу изобразить деревья и цветы, шум и тишину, мягкость и насилие».

Вскоре Лилль стал слишком тесен для Сержа. Ему хотелось творить в среде, для которой он был предназначен, реализовывать все более и более смелые проекты, а это означало переезд в мировую столицу моды – Париж. Лютен прибыл туда в 1962 году и как будто окунулся в другой мир. Все здесь казалось более значимым, смелым, раскованным. И даже огромное количество конкурентов, желающих подняться на самую вершину парижской моды, его не смущало. Тем более что у Сержа было все: и талант, и некоторый опыт, и сильная харизма, буквально обволакивающия собеседника.

Парижский дебют Лютена состоялся на престижной рождественской презентации. Спустя год он уже разрабатывал серию по уходу за волосами, make up и аксессуары не только для Vogue и Elle, но и для американского Harper’s Bazaar. Головокружительным взлетом он был обязан отсутствию

стереотипов и умению красиво подать собственные идеи. Пришел успех, а вместе с ним практически неограниченные возможности для творчества, подкрепленные щедрым финансированием. Последующий шестилетний период стал «золотым веком» в творчестве стилиста. Сам Лютен называл его «изумительный luxe». Ему были незнакомы метания в поисках недорогих, но стильных аксессуаров, попытки свести концы с концами. Любые идеи с легкостью воплощались в жизнь, даже самые смелые и безумные. Когда приходило время показов, Лютен мог себе позволить арендовать два этажа в отеле Crillon, и публика заранее предвкушала встречу с чем-то неожиданным и экстравагантным. Еще не став профессиональным фотографом, Лютен близко сотрудничал с Guy Bourdin, Irving Penn, Bob Richardson, Richard. Знаменитая Диана Вриланд, возглавлявшая Bazaar и – несколько позже – Vogue, буквально обожала его и поощряла все начинания молодого стилиста.

Следующим проявлением признания стало приглашение к сотрудничеству с Кристианом Диором – живой легендой французской моды. В 1968 году Кристиан Диор решил, что «дьявольский молодой человек с севера», о котором говорил весь Париж, – находка для косметической индустрии. Сотрудничество оказалось плодотворным и продлилось целых 12 лет, хотя некоторые эксперименты шокировали даже ко всему привычных французов. Позже Лютен с изрядной долей юмора вспоминал итоги отдельных показов: «На одну из диоровских демонстраций я послал моделей с моим обычным белым лицом, серьезными красными губами и розовой зачисткой от глаз до щек. Критики сказали, что я заставил женщин напоминать болезненных кроликов. Госпожа Бриланд назвала это революцией в make up». В «Диор» отношение к творчеству Лютена также было неоднозначным. То его превозносили до небес, то заявляли ему: «Мы не хотим больше ваших трупов», имея в виду характерный макияж его моделей. В ответ он истерически смеялся и предлагал все новые и новые идеи, стремясь скорее к самореализации, чем к признанию.

В том, что не касалось моды, Лютен был гораздо более уязвим. Сьюзен Монкур, американская модель, упоминала в интервью, что Серж может легко попасться в сети жизненных будней, поэтому совершенно естественным выглядит его желание идти вне каждодневного в своей работе. По ее словам, «без искусства он стал бы безумцем».

Следующим важным этапом на творческом пути Лютена стало его сотрудничество с Shiseido, которое началось в 1980 году и продолжается по сей день. Восток и Япония в частности всегда

привлекали французского стилиста. Многое он использовал интуитивно, и лишь через много лет понимал истинный смысл символов, заложенных в собственном творчестве. Так было с осмыслением круга, который в восточной философии означает целостность и гармонию. Японская культура с ее бесчисленными смысловыми «полутонами» и многослойностью образов оказалась настолько близка Лютену, что он до сих пор дважды в год участвует в украшении празднеств, связанных с Японией. И это – лучшее доказательство того, что японцы воспринимают его не как «гайцзина» – иноземца-варвара, а как человека, для которого их культура стала чем-то органичным и близким.

Йошикару Фукухара – президент Shiseido – назначил Лютена на пост артистического директора. Круг обязанностей Сержа достаточно широк – ведь в его ведении находится все, что связано с «лицом» косметологической фирмы. Но это его вполне устраивает, более того – он стремится участвовать в проектах на всех этапах их создания. Если снимается рекламный ролик – Лютен берет на себя обязанности художественного и творческого директора, make up художника, стилиста, фотографа и автора. Он лично (хотя мог бы поручить это своим помощникам) проектирует освещение, подбирает костюмы и аксессуары. От его выбора зависит, каким будет новая палитра сезона, текстура ночных кремов, дизайн кисточек для декоративной косметики. Все эти большие и малые обязанности и составляют основную часть его жизни, принося мастеру глубочайшее наслаждение, а компании, в которой он работает, – сказочные прибыли.

Впрочем, его искусство находит множество поклонников и по другую сторону океана. Марианн Мак-Эвой (ставшая его ближайшим помощником и музой в 70-х годах, когда Лютен работал в Парижском офисе Women’s Wear Daily) заметила, что образы Сержа прекрасно подходят американским женщинам. В том числе и те, которые были созданы после присоединения к Shiseido: «В них присутствует эта неизбежная идея относительно изящества и элегантности, которая не требует никаких объяснений». Америка охотно приняла творения Лютена, впрочем, не столько отдавая дань их изысканности, сколько полагаясь на мнение прессы, считающей бренд «Серж Лютен» одним из самых престижных.

В Украине и России имя Сержа Лютена ассоциируется в первую очередь с его парфюмерной линией. Созданные под его руководством парфюмы одни считают ужасными, другие – просто великолепными. Возможно, причина такого раздвоения общественного мнения кроется в особом подходе Лютена к созданию ароматов: он не разделяет их на мужские и женские,

полагая, что выбор парфюма должен определяться вкусом владельца, а не условностями, навязанными обществом.

Серж Лютен относится к числу экспериментаторов, которые не останавливаются ни перед чем, чтобы донести свою идею до зрителей. Он фотографировал моделей в самых неожиданных «одеждах»: мебель, Эйфелева башня, средневековые костюмы, звезды и планеты, минералы, цветы – вот далеко не полный перечень его фантазий. И всякий раз в его моделях зашифровано послание, которое открывается лишь тем, кто смотрит на мир широко открытыми глазами.

МАККАРТНИ СТЕЛЛА

(род. в 1972 г.)

Расхожее утверждение, что на детях знаменитых родителей природа отдыхает, не всегда верно. Дочь звездной пары, Стелла Маккартни – молодой и талантливый дизайнер, которая успела заявить о себе в полный голос. Работая главным модельером французского Дома моды Хлое (Chloe), она создавала романтическую и женственную одежду. Потом Стелла ушла в «свободное плавание», но ее отношение к моде не изменилось. На сегодня Стелла Маккартни – одна из наиболее ярких звезд среди молодых модельеров мирового значения.

Стелла Маккартни родилась в 1972 году в семье легенды мирового шоу-бизнеса, участника группы «Битлз» Пола Маккартни и его жены Линды Истмен. «Звездные» родители не слишком баловали и опекали дочь. Стелла росла без положенных по статусу телохранителей и нянек, даже училась в обыкновенной государственной школе в Восточном Эсексе (Англия). Как обычный подросток, после школы подрабатывала посудомойкой в местном ресторанчике. Воспитанной в музыкальной семье, ей, наверное, ничего не стоило пойти по проторенной дороге своего родителя, но девушка выбрала свой собственный путь.

Стеллу привлекала мода. По неподтвержденным сведениям, она еще пятнадцатилетней девочкой работала с Кристианом

Лакруа, где набиралась практического опыта в области дизайна. Тем не менее, образование она получила в знаменитом лондонском Центральном колледже искусств и дизайна Св. Мартина (Central St. Martin's College of Art and Design), где в свое время обучались всемирно известные дизайнеры Джон Галлиано и Александр Маккуин. Студентка не только прилежно училась, она стремилась изучить профессию досконально, подрабатывая ученицей в различных ателье.

В 1995 году молодой дизайнер окончила свое обучение по специальности «модный дизайн», а после выпускной коллекции о ней заговорили. Резонанс общественности во многом определялся не столько талантами дизайнера, сколько участниками и зрителями дефиле. В зале присутствовали знаменитые родители, а одежду от начинающего кутюрье демонстрировали известные топ-модели, подруги Стеллы: Наоми Кэмпбелл, Кейт Мосс, Ясмин Ле Бон. После такого шоу многие обвинили Маккартни в слишком большом «привлечении внимания к собственной персоне». Но Стелла не собиралась отказываться от славы и так прокомментировала обвинения: «Покажите мне человека, который поступил бы иначе». Тем более что всю коллекцию купил лондонский бутик Tokio.

В том же 1995 году Стелла создает свою собственную марку в Лондоне, под которой выпустила коллекцию одежды в бельевом стиле. «Моя мама всегда любила коллекционировать белье. Особенно итальянские комбинации. Я с детства полюбила нижние белье, антикварные ткани и кружева», – так объяснила выбор темы дизайнер. Коллекция привлекла внимание коллег, и вскоре ею заинтересовался французский Дом моды Хлое.

В декабре 1996 года президент правления Дома моды инкогнито посетил студию молодого дизайнера. И он не разочаровался – прекрасный крой, любовь к деталям и хороший вкус соответствовали стандартам знаменитого Дома моды.

В 1997 году 25-летняя Стелла Маккартни была назначена главным дизайнером Дома моды Хлое. Многие отнеслись к этому шагу руководства как к рекламному трюку, привлекающему внимание публики. Действительно, было странно, что на смену знаменитому Карлу Лагерфельду, «железному Карлу», приходит ничем еще себя не проявившая Стелла Маккартни, известная в широких кругах только тем, что она дочь того самого Пола. Лагерфельд так прокомментировал ситуацию: «Они должны были выбрать известное имя. И они выбрали – но в музыке, а не в моде. Будем надеяться, что она так же талантлива, как и ее отец». Однако, как бы ни относились к ее назначению и друзья, и недруги, директор Chloe Мунир Муфариж, объясняя свое

решение, заявил: «Мой выбор был продиктован исключительным талантом Стеллы, которая прошла отбор в числе 41 кандидата».

Первая коллекция главного дизайнера: весна-98 не разочаровала любителей моды. Презентация моделей проходила в зале дворца «Гарнье». Знаменитая фамилия привлекла к показу не только постоянных и потенциальных клиентов. За все сорок лет существования Дома моды не наблюдалось такого ажиотажа, зрительный зал не мог вместить всех желающих. «Десятки видео– и фотокамер, сотни корреспондентов и битломанов, шумя и расталкивая друг друга, осаждали вход. Вдруг наступила гробовая тишина, толпа расступилась: супруги Маккартни, возбужденно обсуждая с Ринго Старром и Барбарой Бах дебют дочери, проследовали в зал. Можно было начинать…» «Папина дочка» продемонстрировала незаурядные творческие способности – легкость силуэта, четкость линий и элегантность кружев, в общем, просто и со вкусом. Зрители аплодировали модельеру стоя.

На следующий после показа день Стелла проснулась по-настоящему знаменитой. Газеты пестрели хвалебными рецензиями. Известные обозреватели мира моды заявляли, что «отныне Стелла Маккартни официально принята в элитный круг первых модельеров мира».

В феврале 1998 года дизайнер со своей коллекцией отправляется в Соединенные Штаты Америки. Здесь успех художника подтвердился «в долларовом эквиваленте». Ее одежду раскупали настолько быстро, что «продавцы едва успели снять несколько образцов с вешалок и припрятать их для того, чтобы иллюстрировать визит Стеллы Маккартни в Нью-Йорк».

За четыре года работы Стеллы в Chloe она не только сохранила старую клиентуру, но и привлекла новых знаменитых заказчиков. На «Маккартни» пришли Мадонна, Николь Кидман, Виктория Бекхэм, Кейт Мосс. А эксперты оценили экономический рост Дома моды: по разным данным, объемы продаж увеличились в 4–5 раз.

По окончании контракта с Chloe, в 2001 году, дизайнеру поступала масса предложений о сотрудничестве. Но Стелла хотела сама организовать линию одежды. В том же 2001 году Gucci Group и Стелла Маккартни заключили договор о сотрудничестве. Модельер выпускает свою линию с лейблом Stella McCartney под патронатом Gucci. Стелла наконец получила независимость и свободу творчества.

2003 год стал для Маккартни очень плодотворным. Во-первых, ей присвоили почетную степень доктора юридических наук шотландского университета Данди. В июне она открыла

свой первый бутик в Лондоне, на улице Брутон, затем в Нью-Йорке. В 2003 году она создала свой первый аромат, который посвятила покойной матери Линде, – духи с запахом розы. «Запах роз – это запах моего детства. Мама всегда ставила свежий букет роз в гостиной. Если ты создаешь духи, то ты должен любить созданный запах, – прокомментировала свое детище автор. – Я бы хотела, чтобы духи подчеркивали мое происхождение, что-нибудь очень английское, очень традиционное».

С сентября 2004 года Стелла сотрудничает с фирмой Adidas, возглавив линию Adidas by Stella McCartney. Она разрабатывает новую спортивную форму для активных женщин, которые занимаются фитнесом, бегом, плаванием.

В напряженном графике работы Стелла находит время для защиты животных. Она принципиально не носит одежду из кожи и меха. И регулярно выступает с призывами в адрес коллег не использовать «кровавые материалы» в своих коллекциях. Но одними призывами модельер не ограничивается: вместе с актрисой Сэйди Фрост она сняла небольшой агитационный фильм о судьбе животных, которых убивают ради ценных пород меха или кожи.

Интерес к личности Стеллы в обществе не угасает. О ее жизни и творчестве был снят документальный фильм «Imagine – Stella's Story», который был показан 2 июля 2003 года на телеканале BBC 1. 31-летняя дизайнер в 2003 году газетой Daily Mail включена в список Britain's 100 Most Influential Women (сто самых влиятельных женщин Британии) в категории «Мода».

Заметно подогрелся интерес публики к личной жизни модельера после ее помолвки с представителем старинной шотландской фамилии, издателем Аласдером Уиллисом. Их свадьба состоялась 1 сентября 2003 года и всесторонне освещалась средствами массовой информации, хотя и проходила в условиях «сверхсекретности». Стелла, к удовольствию поклонников, из своей свадьбы сделала настоящее шоу. Ее гостями были самые знаменитые звезды Голливуда и шоу-бизнеса – Гвинет Пэлтроу, Кейт Мосс, Лив Тайлер и Мадонна.

И наконец, как некий итог жизни Стеллы, – рождение сына. До последнего занимаясь новой коллекцией, модельер смогла почти одновременно закончить работу, которая готовилась на Неделю моды в Париже, и родить ребенка. Наследника, появившегося в марте 2005 года, назвали Миллером Алисдхаром Джеймсом Уиллисом.

А по поводу профессиональной состоятельности Стеллы Маккартни критики до сих пор ломают копья. Все еще не утихли резонансные волны возмущения относительно назначения ее на

должность главного дизайнера Дома моды Хлое, давшей начало ее стремительной карьере. Известный британский модельер Джефф Байке обвиняет Стеллу в «полном отсутствии таланта и использовании имени своего отца». С ним согласен и легендарный Карл Лагерфельд. Байке утверждает: «Работы Стеллы – любительского уровня, но поскольку она носит имя Маккартни, никого это не волнует. Она все равно добьется успеха, и для этого ей не обязательно развивать способности к дизайну». Тем не менее, одежда с логотипом Stella McCartney успешно продается не только в Великобритании, но и в США. И время покажет, насколько справедливо ее хвалили или критиковали.

МАККУИН ЛИ АЛЕКСАНДР

(род. в 1969 г.)

Один из современных ведущих дизайнеров мира моды, прославившийся во многом благодаря своему эпатажному поведению. Его показы – это феерические протесты против насилия, войны, церкви, болезней, журналистов, а по большому счету, против всего мира. Одежда от Маккуина нарочито сексуальна. Брюки с заниженной талией, кружева, прозрачные ткани, коротенькие мини-юбки – вот то, что предлагает он своим клиентам. Его одежду с удовольствием носят звезды мирового шоу-бизнеса.

17 марта 1969 года в семье лондонского таксиста Маккуина, проживающего в рабочем районе Лондона, появился ребенок, которого назвали Александр. Этому младенцу предстояло потрясти и ужаснуть мир моды. По сравнению с выходками Ли Александра Маккуина (это его полное имя), эпатаж Жан-Поля Готье, признанного «ужасным ребенком» Высокой моды, кажется просто шалостями мальчугана из добропорядочного семейства. Но в начале 1970-х до этого было еще далеко. Александру с его художественными наклонностями и гомосексуальной ориентацией, которая была очевидна с юных лет, приходилось тяжело в «пролетарском районе» английской столицы. Мальчик особенно любил рисовать платья, первый свой эскиз он набросал

еще несмышленышем, в возрасте трех лет. Но не торопись, читатель, представлять себе этакого романтического юношу среди «свинцовых мерзостей жизни». Маккуин вполне соответствовал своему окружению, как по внешности, так и по мироощущению. Внешне модельер и сейчас не походит на мэтра моды. Толстенький, лысенький, с выступающими вперед зубами, он немного напоминает моржа, а из одежды предпочитает кожаные куртки, джинсы и кроссовки.

В 16 лет Маккуин бросил школу и отправился на Севил-Роу. На этой лондонской улице располагаются мастерские известных портных, законодателей мужской моды, у которых шьют костюмы представители политической и бизнесэлиты всего мира и особы королевской крови. Самое удивительное, что его приняли на работу в ателье Андерсона и Шепперда ассистентом. Дитя «лондонской помойки» в качестве социального протеста вкладывал записочки с нецензурной бранью под подкладки костюмов сильных мира сего. Вскоре Александра выгнали, поскольку на спине пиджака, предназначенного для принца Чарлза, он мелом написал: «Здесь был Маккуин». Ирония ситуации заключается в том, что первую награду как лучший британский модельер (он трижды был отмечен этим званием: в 1996, 1997 и 2001 гг.) Маккуин получил именно из рук принца Чарлза. Затем молодой человек начал работать в ателье Дживса и Хавкса, где освоил раскрой и пошив брюк, а также изготавливал театральные костюмы. При этом он освоил старинные технологии раскроя XVI века. В 1991 году в возрасте 21 года Маккуин закончил престижный лондонский Центральный колледж искусств и дизайна Св. Мартина (Central St.Martin’s College of Art and Design). Творческие начинания учеников всячески приветствовались, и будущий модельер показал всю мощь своеобразного таланта, представив в качестве дипломной работы коллекцию с названием «Джек-потрошитель выслеживает своих жертв». Этот показ принес ему первую известность. Следующие два года Александр работал ассистентом у итальянского дизайнера Ромео Джильи, а в 1994 году при поддержке японского модельера Кодзи Тацуно, с которым он сотрудничал, еще будучи студентом колледжа, основывает собственную марку Alexander McQueen.

В 1995 году модельер выпустил первую коллекцию, выполненную в рейверско-панковском стиле. В ней появились знаменитые штаны-хипстеры с настолько низкой посадкой, что видна ложбинка между ягодицами. Название происходит от английского слова «hipsters», которое обозначает «человек, презирающий условности, битник». Сам Маккуин презирает не

только условности, но и устои. Один из своих показов модельер устроил в церкви. Он прошел под названием: «Религия – источник всех войн в мире». Наиболее известным дефиле считается «Изнасилование Шотландии», которое потомок шотландцев провел в память о резне, устроенной на его родной земле британцами в XVIII веке. На подиум выходили манекенщицы в разорванной одежде, из-под которой торчали бинты. В другом показе чернокожие модели были закованы в наручники. Для того чтобы привлечь внимание к голодающим Африки, модельер создал платья, которые были заляпаны грязью и облеплены мертвой саранчой. В 1999 году, желая показать истинную красоту человека, Маккуин пригласил в качестве модели двукратную олимпийскую чемпионку среди инвалидов Эйли Маллинсю. Девушка дефилировала по подиуму в кружевной юбке, кожаном корсете и на протезах, которые также были спроектированы модельером. Одну из последних коллекций Маккуина публике пришлось созерцать в тюрьме, в которую заключали аристократов во времена Великой французской революции. По залу были расставлены клетки с белыми волками, которые были специально доставлены из Скандинавии.

В 1996 году Маккуин начинает работать дизайнером в Доме Живанши. В следующем году управляющий Берт Арно назначает Маккуина ведущим дизайнером Живанши вместо ушедшего Джона Галлиано. Мир моды пришел в немалое изумление от подобного решения. Аристократический, изысканный стиль от Живанши доверили британскому «чудовищу», простолюдину, «быку в бутике», как писали многие издания. Кто-то из мира моды отметил, что Маккуин «мыслит, как дьявол, но кроит, как ангел». Вероятно, этим и руководствовался Арно, приглашая Маккуина к сотрудничеству.

В 1998 году в честь открытия нового бутика Живанши в столице России Маккуин устраивает шоу в Московском метрополитене. Отвечая на вопросы журналистов, с которыми он всегда находится в натянутых отношениях, Александр сказал: «Я никому не навязываю свою одежду. К тому же здесь Россия. Я не хочу прослыть очередным тираном». Действительно, какой он тиран, этот милый парень Маккуин?

Просто не спрашивайте его о родителях, о планах на будущее, о том, как он относится к Джону Галлиано, Дому Живанши и о тысяче других вещей, и он с радостью с вами пообщается. И скорее всего, вы услышите что-то типа «он сам ко мне пришел» (именно так он комментировал решение Берта Арно) и «я никому ничего не навязываю». Маккуин очень демократичный дизайнер. Он вполне допускает, что кому-то

может не нравиться его одежда, его шоу, его поведение (выход из этой ситуации видится модельеру довольно простым – не носите, не смотрите, не общайтесь). Но при этом он оставляет за собой право определять, нравитесь ли ему вы.

В 2000 году модельер продал большую часть акций своей компании концерну Гуччи. В том же году пополнил ассортимент изготавливаемых им изделий солнцезащитными очками в стиле «унисекс». В 2001 году Маккуин ушел из Дома Живанши и в том же году подписал десятилетний контракт с Gucci Group на производство и продажу парфюмерии и косметики марки Alexander McQueen. Особенно популярны духи Envy с их свежим андрогинным ароматом. Кроме того, Gucci Group предложила дизайнеру должность творческого директора.

За его заслуги перед Объединенным Королевством в 2003 году Маккуин был удостоен рыцарского звания «Командор ордена Британской империи». На церемонии присутствовала английская королева.

В 2004 году Маккуин отказывается возглавить Дом Ив Сен-Лорана, аргументируя свой поступок тем, что хочет больше внимания уделять своей марке. В настоящее время Маккуин делает по десять коллекций и зарабатывает около миллиона долларов ежегодно.

Последние несколько лет показы Маккуина скорее интригующие, нежели шокирующие. Осеннее дефиле, которое называлось «Это только игра», представлявшее тенденции на лето предстоящего года, прошло в октябре 2004 года в Париже. Представьте себе партию, которая разыгрывается на подиуме, превращенном с помощью цветовой подсветки в подобие шахматной доски. В качестве фигур – манекенщицы, облаченные в кожаные корсеты, длинные прозрачные платья из тюля, байкерские комбинезоны из черной кожи, некое подобие кимоно, курточки и мини-юбки, напоминающие школьную форму. Дизайнер остается верным себе. Одежда его предназначена для сильной женщины, которая знает, чего хочет, и которая не терпит диктата. На вопрос: «Будут ли это носить?» модельер отвечает: «Это зависит от женщин. Я не женщина. И не трансвестит. Я этого не покупаю. Но надеюсь, когда вас станет тошнить от однобортного жакета, вы захотите большего».

Показ – это всегда шоу, феерия, представление, целью которого является привлечь внимание и донести свои идеи и замыслы до публики. Поэтому они дизайнером намеренно преувеличиваются и подчеркиваются. В коллекциях многих модельеров можно увидеть вечерние платья, которые едва прикрывают или совсем обнажают грудь. Но в обычной жизни

никто, даже дамы бомонда, не ходит с оголенным бюстом, как, например, древние египтянки. Дизайнер четко разграничивает от кутюр и готовую одежду, которая продается в его бутиках: это всегда качественная, мастерски скроенная, оригинальная, но в то же время совершенно носибельная одежда. При этом Маккуин всегда отстаивает свое право творить шоу на подиуме так, как он считает это необходимым: «Я не произвожу духов, банных полотенец, детских одежек. Не обращайтесь ко мне за постельным бельем, потому что у меня вы его не получите. А если и получите, то оно будет все в пятнах. Я бешусь, когда вижу повсюду мою одежду. Я не хочу одевать всех подряд, потому что мне не все нравятся».

Маккуин – это модельер с мироощущением несчастливого подростка. Отсюда вызывающая сексуальность его одежды, максимализм, подчеркнутая грубость, нецензурная лексика, социальный протест. Напрасно на него обижаются журналисты, которым часто достается от модельера. Это его способ защиты. Дитя лондонского Ист-Энда не умеет по-другому.

Многие не воспринимают творчество Маккуина из-за его шокирующих выходок, но стоит задуматься: может, за этим стоит нечто большее? В чем-то Александр Маккуин напоминает художников-абстракционистов начала XX века, которые показали, что живопись имеет не только декоративно-прикладное назначение, но является вещью в себе. Изделия от Александра Маккуина, подобно «Черному квадрату» Малевича, возводят искусство моды на более высокую эволюционную ступень, на которой к одежде предъявляются не только требования функциональности и удобства. Наиболее важным в ней становиться отражение внутренних ощущений и взаимоотношения с миром отдельного человека.

МИССОНИ: РОСИТА, ОТТАВИО, ВИТТОРИО, ЛУКА И АНДЖЕЛА

Росита Миссони

Оттавио Миссони

Основатели и руководители одного из самых уважаемых в мире дизайна и моды Домов моды, который часто называют символом души ткани. И действительно, тягаться с Missoni в искусстве палитры красок и текстуры ткани может далеко не

каждая даже очень известная фирма. Недаром постоянными клиентами этого Дома моды являются такие звезды, как Дженнифер Лопес, Джулия Робертс, Шэрон Стоун, Борис Беккер, Ален Делон, Катрин Денев, Элтон Джон, Джоди Фостер, Настасья Кински, Синди Кроуфорд, Мэрайа Кэри, Ума Турман, Кевин Костнер, Джонни Депп, Майкл Джи Фокс, Мел Гибсон, Том Хэнкс, Джек Николсон, Сильвестр Сталлоне, Арнольд Шварценеггер, Стивен Спилберг, Лайза Минелли.

Семья Миссони может служить образцом преданности своему делу и гордости за новации в нем. Четыре десятка лет их Дом моды с честью выдерживает натиск конкурентов, являясь предметом искреннего восхищения многочисленных клиентов и черной зависти со стороны многих других фирм. История этой влиятельной компании началась в 1953 году, когда Росита и Оттавио Миссони сразу после своей свадьбы основали неподалеку от Милана небольшое трикотажное производство. Оттавио, или просто Тай, родился в бывшей Югославии. Свою карьеру он начал с производства шерстяных костюмов. Росита же являлась родственницей известных в Италии производителей текстиля. Так что для молодых людей вопрос об области приложения собственных сил вообще не стоял.

Бизнес молодой супружеской пары быстро разрастался, и спустя 20 лет маленькая фирма превратилась в крупное процветающее текстильно-трикотажное предприятие, а имя Missoni стало знаковым среди производителей трикотажа и тканей. Особую популярность предприятию принесло специфическое сочетание неровных полосок на трикотаже – такой рисунок невольно напоминает рябь экрана телевизора на неработающем канале. Дело в том, что тогдашнее оборудование позволяло делать на трикотаже только полоски – и ничего больше. Но, как показала практика, и в этом случае можно преподнести потребителям немало сюрпризов. Правда, это доступно далеко не всем…

Хотя дела фирмы шли успешно, тем не менее ее владельцы как-то не задумывались над созданием собственных коллекций моделей одежды. Возможно, супруги Миссони так и занимались бы всю свою жизнь только изготовлением тканей, если бы не главный редактор популярного журнала Vogue, Диана Вриланд. Именно эта женщина, не раз заказывавшая Росите оригинальные вещи, настояла на том, чтобы хозяйка предприятия заявила миру о себе как о модельере. Первый показ авторской коллекции Missoni состоялся в 1968 году в Нью-Йорке. Успех итальянских мастеров превзошел все ожидания, и пара пополнила собой

список модных дизайнеров. А спустя всего два года Росита и Оттавио завоевали признание и обеспечили себе прочное положение среди тогдашней элиты индустрии моды.

В 1978 году в Милане и в Нью-Йорке прошли юбилейные, 25-летние ретроспективы работ компании Миссони. К тому моменту Дом Роситы и Оттавио был уже одним из самых уважаемых в мире дизайна и моды. Супруги, входящие в элиту модельеров мирового уровня, сумели отыскать свой собственный, оригинальный путь к слиянию мира изобразительного искусства и собственно моды. Одним из определяющих моментов в их творчестве стало широкое использование графики и абстрактных мотивов; что же касается вышивок и работ в стиле «пэтчворк», созданных Миссони, то их выставки неоднократно проводились в крупных музеях и галереях искусств многих стран мира. Когда же знаменитый миланский театр Ла-Скала готовил постановку оперы «Лючия ди Ламмермур», костюмы для нее дирекция заказала Росите и Оттавио.

В 1994 году, в честь 40-летия своего бренда, супруги организовали грандиозную выставку «Миссонология – мир Миссони», которая объехала множество стран. Дом моды, принадлежащий этой удивительной паре, неоднократно удостаивался высоких международных наград за вклад в дизайн и искусство в целом. Самыми весомыми наградами для Миссони стали: медаль «За гражданские заслуги», присужденная им родным городом; почетный диплом «За вклад в дело Итальянской Республики», полученная Роситой и Оттавио из рук президента Италии; награды знаменитых модных американских магазинов Neiman Marcus и I. Magnon. Кроме того, Росита по праву гордится званием лауреата международной премии дизайна от Fashion Group International, а Оттавио – званием «Кавалер труда», полученным от президента Итальянской Республики. А в 1997 году Миссони было присвоено звание почетных королевских лауреатов промышленного дизайна; эта награда, которая ежегодно вручается RSA, является заветной мечтой лучших из лучших международных мастеров дизайна.

В том же году Росита и Оттавио решили отойти от активной деятельности. Хотя сделали это они отнюдь не по причине неприятностей со здоровьем или исчерпанием творческого потенциала. Тай, например, в 17-летнем возрасте стал победителем чемпионата Италии в беге на 400 метров и даже в 83 года продолжает вести спортивный образ жизни. Просто супруги наконец решили пожить «для себя», отдохнуть от непрерывного «надо» и отдать должное внимание своим давним желаниям. По счастью, они могли быть спокойны за свое дело…

В декабре 1958 года у Миссони родилась дочь Анджела; после получения образования девушка решила продолжить семейный бизнес. Карьеру дизайнера она начала под руководством матери, постепенно досконально изучив все этапы работы – от производства до сбыта готовой продукции. Вскоре Анджеле доверили контроль за выдачей лицензий на аксессуары для основных линий, коллекций для бутиков и коллекции детской одежды. Но после вступления в брак девушка ушла из семейного бизнеса. Сначала она не могла уделять достаточного внимания своим профессиональным обязанностям в связи с рождением детей, затем основала ферму по органическому выращиванию цыплят, а позднее открыла детский сад… Но после того, как первая семья Анджелы распалась, мать уговорила ее вернуться в компанию. Второй супруг Анджелы целиком и полностью поддержал стремление тещи обеспечить семейное дело надежным «тылом»…

За 20 лет работы на предприятии родителей продолжательница семейного бизнеса успела наконец «дорасти» до должности творческого и художественного директора. Анджела, фактически, длительное время отвечала за имидж Дома и стиль коллекций. А с 1992 по март 1997 года она занималась разработкой собственной коллекции, в которой отобразилось ее собственное видение стиля. Опыт такой работы помог Анджеле развить свой творческий потенциал, который нашел выражение в основной линии весенне-летней коллекции Missoni-1998. Так что супруги передали предприятие в надежные руки дочери. А помогают Анджеле в нелегком труде ее родные братья: Витторио является управляющим семейным бизнесом, а Лука – признанный виртуоз по части техники – следит за состоянием оборудования и в кратчайшие сроки отлаживает его для производства новых моделей.

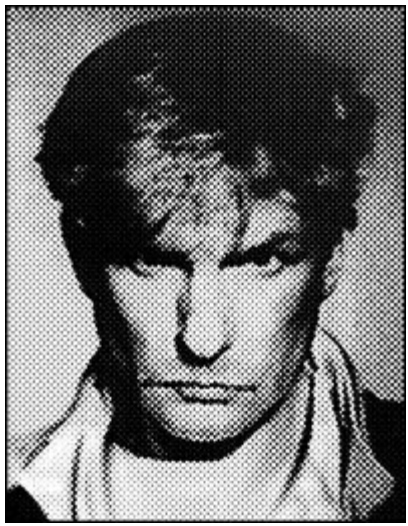
Новый руководитель продолжала развивать ставшую знаменитой трикотажную линию Missoni. Но параллельно с этим она активно занялась разработкой новой линии материалов от Staff International. Впервые новинки были представлены на показе зимней коллекции уже в октябре 1997 года. Дизайнер сумела сохранить традиционные, присущие только этому Дому моды образы, но при этом привнесла в свою коллекцию ощущение новизны и свежести взгляда. Сама Анджела говорит, что сохранить фирменный стиль семьи ей было просто: «Я была уверена, что столь напористый стиль, как наш, встречается очень редко, даже в моде», – уточняла она. Основное новшество, которое ввела дизайнер во время работы творческим директором, заключалось в существенном изменении цветовой гаммы. В новых

коллекциях модели отличались комбинацией всего двух-трех цветов. Старые работники компании были даже несколько обескуражены действиями Анджелы. «Если они не видят 22 цвета на каждых 12 дюймах ткани, – говорит дизайнер, – они тут же спрашивают: “Разве это Миссони?”». Но напористой даме удалось отстоять свой взгляд на новинки, что заметно оживило традиционные модели Дома Миссони. Анджеле пришлось также постепенно приучать к изменившейся цветовой гамме и своих постоянных клиентов, доказывая, что новые тенденции никоим образом не разрушают и не искажают характерный стиль Missoni, а напротив, очень удачно вписываются в общую систему фирменных образов. Анджела была настойчивой и убедительной; ей поверили, а число клиентов Дома моды, принадлежавшего ее семье, значительно увеличилось…

Что ж, стабильности и качеству работы фирмы семьи Миссони можно только позавидовать. С честью выдержав испытание временем, легко приспосабливаясь к требованиям все новых поколений, эти люди уверенно ведут непотопляемый флагман мира моды по течению жизни вперед, в будущее. А оно у компании многообещающее… Во всех интервью Миссони обязательно и настойчиво подчеркивают, что для них наиболее важным является именно семейственность. А раз так, дело теперь за многочисленными внуками Тая и Роситы. Им достанется отлично налаженное дело, которое требует творческого подхода и полета фантазии. Такая работа просто не может не приносить удовлетворения; значит, и в будущем модели Missoni будут не менее популярны, чем в настоящий момент, и бабушки, глядя на своих подрастающих внуков, покупающих одежду производства той же фирмы, которую предпочитали они сами, не будут с сожалением вздыхать: «Разве это можно назвать красивым? Эх, вот в наше время…»

МОНТАНА КЛОД

(род. в 1949 г.)



Знаменитый французский модельер, который прошел долгий путь от образа «сильной женщины» до романтических моделей. Наибольшую известность ему принесли силуэты с широкими плечами.

Француз Клод Монтана – один из тех людей, которые появились словно бы из ниоткуда. Кем были его родители? Чем он занимался в детстве? Как звали его первую любовь? Все эти животрепещущие вопросы остаются без ответа… Его история начинается в 1969 году, когда он приехал в Лондон, чтобы обучиться мастерству дизайнера и для начала решил попробовать свои силы в дизайне бижутерии. Первые его изделия оказались вполне привлекательными. В них чувствовался особый стиль, и лондонские модницы и модники буквально расхватывали их.

В 70-х годах Клод Монтана прославился как дизайнер, который делал потрясающие коллекции. Они имели большой успех, сопровождающийся высокими продажами. В то время было не много смельчаков, работающих в подобном стиле.

В 1973 году Монтана назначается помощником модельера в кожевенной компании. Кожа становится его любимым материалом, который он чувствует, как никто другой. Первая коллекция молодого дизайнера буквально потрясла рынок

готовой одежды. В ней были представлены модели с широкими плечами из черной, красной и серой кожи. Его ставшие чрезвычайно популярными куртки имели преувеличенно большие накладные плечи и вместе с тем облегали тело, как перчатка. Реакция критиков была неоднозначной. Многие восприняли стиль Монтана как излишне агрессивный. Но он чувствовал, что еще добьется признания и откроет своим ценителям все возможности кожи – материала многоликого, способного преображаться в зависимости от покроя и, что немаловажно, чрезвычайно комфортного.

В 1976 году Клод почувствовал, что ему не хватает парижского веселья и разгула, потому он возвратился в Париж, где занялся подготовкой коллекции аксессуаров из кожи. Первый показ коллекции проходил в кафе и имел грандиозный успех; вскоре Клод открыл свой бутик.

Его жакеты с огромными шалевыми воротниками застегивались на одну пуговицу а носить их следовало с короткой юбкой либо зауженными штанами и непременно с обувью на высоком каблуке. Поскольку все это было из кожи, к тому же, как правило, черного цвета, и с металлическими украшениями, Монтана упрекали в том, что он создает фашистскую моду. Позднее он стал использовать и другие цвета, в первую очередь сливово-синий. Тяга к роскоши, присущая 80-м годам, нашла отражение в моделях из белой кожи с золотом.

Монтана и сам охотно носит изделия из кожи. Он мастерски умеет ее обрабатывать – ведь его наставником в ремесле был знаменитый Мак-Дуглас, парижский дизайнер кожаных изделий. Монтана считает, что кожа требует несколько агрессивной, подчеркнуто структурной формы, которая получает плавную закругленность за счет мягкости самого материала. Коллекции от кутюр, которые он создавал для Дома Ланвин с 1989 по 1992 год, принесли Монтана признание даже у тех, кто раньше не мог привыкнуть к его громоздким кожаным моделям.

Наряду с разнообразными кожаными изделиями Монтана выпустил и целый ряд ароматов. В создании духов он видел возможность расширить свою концепцию моды. В 1980-х годах Монтана выпускает свою первую парфюмерную линию. Он хотел сделать духи настолько «сильные», чтобы они плотно «прилегали» к коже, создавая впечатление ароматической татуировки. В результате появился шипровый аромат, дерзко сочетавший вызывающую чувственность запахов мускуса, сандала и пачулей. Аромат хранился в бутылочке-«колонне», придуманной одним из лучших дизайнеров флаконов Сержем Мансо, а упаковку ультрамаринового цвета (Klein blue) создал французский

художник Ив Клейн.

В 1984 году Монтана отходит от образа «сильной женщины» и создает одежду с мягкими, закругленными формами, шелковые пижамы, на которые одеваются длинные сатиновые и бархатные халаты ярких цветов типа кораллового, зеленого оттенка полыни, цвета лаванды, морской волны и розы. Эта коллекция существенно отличалась от того, к чему привыкли зрители показов и посетители бутиков Монтана. Она была настолько женственной и романтичной, что, казалось, ее дизайном занимался совершенно другой человек. Но возможно, истинного лица французского дизайнера еще никто не видел, поскольку он по-прежнему готов к свежему и незамутненному восприятию мира.

Первый аромат Parfum de Peau, сопутствовавший коллекции аксессуаров из кожи, появился в 1986 году. В 1987 году он был награжден двумя премиями Медичи на ежегодной ярмарке в Болонье: одну премию получили духи, другую – флакон, дизайн которого выполнил сам Монтана.

Дальнейшие его изыскания были особенно успешными опять-таки в области парфюмерии. В 1989 году Монтана выпускает мужской парфюм Montana Homme и опять же выступает в роли автора дизайна флакона. Этот парфюм получает премию журнала Cosmetic News за аромат. Монтана прекрасно понимает, что как в женском, так и в мужском аромате главная цель – соблазнительность запаха.

В 1997 году появляется женский аромат Just Me. Раскрытая молния – ключевой элемент дизайна флакона – символизирует откровенность. Этот дизайн, вызвавший большой резонанс, был признан ведущими ценителями и знатоками. Цвет флакона максимально приближен к телесному, цвету кожи. Все вместе являет собой воплощенную чувственность.

Модный дом Монтана, основанный в 1979 году, в связи с финансовыми трудностями потерял самостоятельность в 1998 году, не дождавшись празднования своего двадцатилетия. Он полностью сменил стиль коллекций и обратился, главным образом, к молодежной аудитории. Девиз новой коллекции – «Современность, простота и свобода!» А последней новинкой стал парфюм, состоящий из трех компонентов, которые можно смешивать по собственному желанию.

Имя Клода Монтана в последнее время исчезло с первых полос газет. Возможно, он готовит очередную сенсацию. Но более вероятно другое: модельер просто устал и хочет отдохнуть. Впрочем, созданный им Дом постепенно начинает теснить конкурентов на рынке молодежной моды. А молодежь – самая

благодарная аудитория в мире.

МОНЯК АЛЕКСАНДР

(род. в 1973 г. – ум. в 2004 г.)

Этого человека по праву называли «солнечным дизайнером» и лучшим колористом украинской моды. Ему было присуще удивительное чувство цвета. Модельер отдавал предпочтение женственным, классическим линиям, любил косой крой и драпировки. В то же время его одежда ярка, нарядна и немного театральна. Недаром у Моняка одевались звезды отечественного телевидения и шоу-бизнеса.

Украинский модный бизнес переживает в настоящее время момент своего становления. Уже появились яркие дизайнеры, изделия которых покупает не только отечественная элита. Такие имена, как Пустовит, Ворожбит, Караванская, Громовой хорошо известны в России. Их одежда продается в Москве и Санкт-Петербурге. Мужские костюмы марки «Михаил Воронин» обрели общемировую известность. Несомненно, Александр Моняк вошел бы в когорту модельеров, имена которых известны за пределами своего отчества, если бы судьба отвела ему чуть больше времени. Мы хотим немного рассказать вам о «солнечном дизайнере», чьи коллекции всегда были явлением на традиционных «Сезонах моды» в столице Украины и оставляли после себя ощущение праздника.

Александр Моняк родился в Киеве в 1973 году. В его семье

любили и понимали музыку, поэтому мальчик окончил музыкальную школу по классу скрипки. Подростковый возраст Саши пришелся на 90-е годы XX века. Если вы помните, это были времена перестройки, начала кооперативного движения и отсутствия яркой и красивой одежды. В моде были джинсы-варенки, которые зачастую по доморощенным рецептам изготавливались на собственных кухнях. Подростки очень чувствительны к своему внешнему виду и его соответствию нарядам окружающих. Единственной возможностью хорошо одеваться в те времена было шить одежду самому. 13-летний Саша записался на курсы кроя и шитья (кстати, в группе обучающихся были преимущественно мальчики). Можно спорить над определением таланта, но несомненно, что талантливый человек обучается любимому делу со скоростью, которая в несколько раз превышает скорость усвоения материала обычным человеком. Так произошло и в этом случае. Пока другие ученики работали над пошивом своих первых брюк, Саша сшил уже три пары. Юноша ставил перед собой задачи, которые не были предусмотрены программой обучения. Вскоре он сделал свой первый корсет, который был изготовлен из пластиковых линеек. Александр настолько увлекся моделированием, что уже после окончания курсов брал частные уроки у закройщика. После школы Моняк поступил в Институт культуры на факультет режиссуры и дизайна. Дипломная работа молодого человека была очень необычной и запоминающейся. После окончания института Александра как декоратора пригласили на стажировку во Францию. Однажды эскизы Моняка попались на глаза известному цирковому режиссеру Валентину Гнеушеву. Он оценил талант молодого человека и пригласил к себе на работу в Москву. Александр не раздумывая согласился. Три года он разрабатывал костюмы для артистов цирка на Воробьевых горах. Моняк говорил: «Цирк многое дал мне в ощущении моды: арена ведь не сцена, она дает чувство пространства и объема. Вещь должна смотреться как скульптура, со всех сторон она должна быть эстетична».

Юношеское увлечение Моняка не давало ему покоя, и в 1999 году он со своей первой коллекцией дебютировал на весенних украинских «Сезонах моды». Сразу же стало очевидно, что в Украине появился новый талантливый модельер с безупречным чувством цвета. Свое увлечение цветом сам Александр объяснял так: «Наверное, это идет из детства. Хорошо помню, как трехлетним мальчиком увидел цветочную клумбу в Гагре. Она была в безумных малиновых, фиолетовых, желтых цветах, которые красовались на изумрудных листьях. Они казались

восковыми на ярком солнце. Это было потрясением. Цветы назывались портулак.

Я хочу с помощью цвета подзарядить людей, дать им ощущение счастья, цвет – это психологическая помощь. По восприятию цвета Украина ближе к Италии, все-таки 300 лет монгольского ига оставили в нашем характере восточность. Минимализм и приглушенные краски не для нас, в нашем национальном костюме всегда доминировали богатая вышивка, алые шаровары, естественно, в нашем менталитете задор и веселье».

Моняк считал, что одежда должна подчеркивать женскую красоту и привлекательность, иначе в ней просто нет смысла. Это сразу оценили звезды отечественного шоу-бизнеса, которые покупали наряды модельера сразу же после показов. При этом мягкому и интеллигентному Саше всегда удавалось пресечь скандалы между известными клиентками, которые претендовали на одно и то же изделие, и повернуть ситуацию таким образом, чтобы все остались довольны. Забота о женщинах имела у дизайнера очень трогательные проявления, которые отвечали его характеру. Перед выпуском своей весенней коллекции Александр всегда узнавал у ученых-синоптиков, какая ожидается погода на предстоящий сезон. И если весна обещала быть холодной, то обязательно дополнял коллекцию свитерами.

Успех и признание дизайнер объяснял своим особым пристальным взглядом на женщину. «Я стараюсь смотреть на женщин глазами недоброй подруги и увидеть все их недостатки. Ведь их можно замаскировать с помощью цвета. Цвет делает чудеса: увеличивает грудь, уменьшает талию, сужает бедра. Необходимо проявить женские достоинства ярче. Так и лепится образ. И потом – нужно учитывать темперамент, динамику жестов, мимику: к примеру, человеку подвижному не предложишь что-то строгое, иначе он будет выглядеть, как птица в клетке. То есть одежда не должна ничего кардинально менять, она должна подходить ему по формату», – говорил Александр Моняк.

Любимыми дизайнерами самого модельера были Унгаро и Лакруа. Мэтры моды, несомненно, остались бы довольны колористкой коллекций, создаваемых украинским дизайнером, для которых он подбирал такие же сочные названия: «Жара-2002», «Апельсин», «Куинджи», «Алиса в Стране чудес». Увлечением модельера было коллекционирование наперстков, которых насчитывалось уже 70 штук. Друзья модельера привозили их со всего света, зная, какую радость этим они доставят Саше.

Как и любой бизнесмен в наше время, Моняк знал, что такое финансовый крах. Сначала московский дефолт лишил его

сбережений, и недавно открытое ателье модельера оказалось под угрозой банкротства. Через несколько лет в Киеве из-за разногласий с партнерами Моняк за месяц до очередных «Сезонов моды» оказался на улице без оборудования и без эскизов. Заняв денег у друзей, модельер заново создал совершенно оригинальную коллекцию, которая имела шумный успех. Однажды к Моняку забежала Ольга Бура – известная ведущая передачи «Кулинарный вопрос». Несмотря на обилие разнообразных кулинарных программ на телевидении, эта передача занимала особое место – во многом благодаря личности ведущей. Увидев наметку платья на манекене, Ольга сразу же купила его для своей будущей свадьбы. Решив поддержать Александра в его не самые лучшие времена, известная ведущая сама продемонстрировала платье на подиуме. К сожалению, вскоре Ольга Бура, которая была очень дружна с Моняком, погибла в автокатастрофе.

Людям современного мира присуще подходить к выбору своей одежды с точки зрения удобства и прагматизма. В повседневной жизни человек часто предпочитает обыденные, немаркие цвета. Обыденность убивает индивидуальность, но, как ни парадоксально, она же придает чувство защищенности. Ведь так просто быть таким, как все, не выделяться, не привлекать внимания. На работе – деловой костюм, на пробежке – спортивный, дома – халат и тапочки. Александр Моняк, этот Дон Кихот от моды, был совершенно не согласен с подобным мнением. Он видел свою цель в том, чтобы привносить красоту в этот мир, и призывал женщин к тому же. «Мы живем в эпоху, когда феминизм уже победил. Костюм перестал быть средством самоутверждения деловой женщины, отпала необходимость носить пиджаки а-ля мужские и галстуки. Она может себе просто одеваться красиво, чтобы украшать собой мир. Поверьте, это очень важно, особенно зимой, когда в природе доминирует серо-черная гамма, на ярком цветовом пятне глаз отдыхает. А черная курточка, черные брючки – это, конечно же, удобно и практично, но, с моей точки зрения, это и ужасный эгоизм, поскольку не привносит в мир радости созерцания красоты. Черный цвет не дарит радости окружающим», – говорил дизайнер.

Работы Александра Моняка очень ценил мэтр украинской моды – Михаил Воронин. Он считал, что изделия дизайнера отвечают запросам потребителей и именно такой одежды не хватает на украинском рынке. Моняк мечтал об открытии собственной фабрики, где он смог бы наладить массовое производство одежды, тем временем занимался разработкой концепции своего бренда. Но его планам не удалось сбыться.

О своей болезни – рак желудка – Александр узнал за полгода до смерти, когда готовил коллекцию, которую собирался представить на очередных осенних «Сезонах моды». На этот раз коллекция должна была включать в себя, кроме одежды, еще и обувь. Моняк много работал и искренне надеялся на чудо. Оно не произошло. 31-летний модельер умер 15 октября 2004 года.

Александр Моняк был похож на фейерверк: праздничный, красочный, веселый. К сожалению, фейерверки никогда не длятся слишком долго.

МОСКИНО ФРАНКО

(род. в 1950 г. – ум. в 1994 г.)

Знаменитый итальянский модельер, чье имя тесно связано с самыми оригинальными идеями в мире моды. «Кутюрье-варвар», «хорошо воспитанный бунтарь», Enfant terrible международной моды и в то же время «прирожденный модельер», он был непревзойденным мастером провокации, сумевшим соединить в своих коллекциях классику и авангард, приправленные отменным чувством юмора. Его вызывающие и ироничные модели стали символом неповиновения и свободы, а его жизнелюбие и оптимизм сделали имя Москино бессмертным. Еще в самом начале пути он определил свою цель – избегать любых клише, и до самого конца был верен ей. Девиз Москино, в голове которого всегда была тысяча идей, – «Лучше хорошая копия, чем плохой оригинал». Он не любил моду, но получил мировую известность и признание благодаря ей. Он ненавидел мифы, хотя сам в конце концов стал одним из них…

Франко Москино родился 27 февраля 1950 года в итальянском городке в Аббиатеграссо неподалеку от Милана. Его путь, казалось, был предопределен с рождения. Отец мальчика был владельцем фабрики готовой одежды, и сыну следовало продолжить семейный бизнес. Однако Франко, талантливый ребенок, но бунтарь с детства, слегка «подкорректировал» отцовские планы на свой счет. После окончания школы

семнадцатилетний Москино оставил семью, перебрался в Милан и поступил в престижную Академию изящных искусств Брер.

Еще учась в академии, он начал подрабатывать иллюстратором в различных модных журналах и в рекламном агентстве. А окончив обучение в 1969 году, он занялся иллюстрацией серьезно, теперь уже профессионально сотрудничая с «Гэп», «Линеа Итальяна» и «Харпере Базар». Потом он принял предложение Джиджи Монти поработать дизайнером у «Базиль», а еще чуть позже талантливого юношу, «веселого, яркого и вызывающего», заметил Джанни Версаче, который пригласил его к себе. Так с 1972 года Франко Москино стал иллюстрировать рекламные кампании знаменитого Дома моды. Это сотрудничество продолжалось несколько лет, и уже тогда молодой иллюстратор прославился своим провокационным и «непочтительным» стилем.

Расставшись с Версаче, в 1978 году Москино разработал свою первую линию моделей известного итальянского Дома моды Cadette, которая просуществовала 11 сезонов. Его меховые коллекции Cadette были авангардом, но авангардом, дающим покупателю полную свободу. Коллекции одежды Cadette были сделаны вразрез с традициями моды. Нигде в мире не было ничего подобного. Однако это было только начало. Работа над этой линией просто определила будущий стиль модельера.

Именно во время работы над коллекциями Cadette Москино познакомился с Росселлой Джардини, которая, покинув родной Бергамо, работала с Николо Труссарди. Эта встреча, состоявшаяся в 1981 году, стала, наверное, самой важной в жизни Франко. Он сначала не понравился девушке. «Если честно, – говорит Джардини, – когда я его увидела, он показался мне занудным толстяком. Позже он решил похудеть и стал выглядеть мужественнее, и это куда больше подходило его характеру». Москино почти сразу же предложил ей работать вместе, и в том же году Росселла стала его ассистентом в работе над коллекцией Cadette. Потом она перешла к Bottega Veneta, где отвечала за линии обуви и аксессуаров. Но спустя еще пару лет Франко и Росселла станут неразлучны до самой смерти маэстро. Эта женщина станет другом, любимой и соратником Москино, его музой. И она никогда не пожалеет об этом. «С Франко я попала в экстравагантный, чудесный и странный мир», – скажет Росселла спустя много лет.

Неуемная творческая фантазия и жажда самостоятельности заставили Москино заняться собственным бизнесом. В 1983 году он запустил торговую марку Moschino. А в 1984 году творческий тандем Москино – Джардини сформировался окончательно. «Это

было полное слияние, – вспоминает Росселла. – Он мог начать какую-нибудь фразу, а я ее заканчивала, и наоборот. Но творчество, эскизы и выкройки – это все он. Он отлично рисовал. Я же занималась всем остальным: тканями, фурнитурой, пошивом. Если ему хотелось платье “яблочный пирог” или “новогодняя елка”, я превращала его фантазию в продукцию».

Москино начал с повседневной одежды. В 1983 году в Милане прошел показ его первой женской коллекции. Союз фантазии Москино и практичности Джардини породил необычную коллекцию, в которой сочеталось несочетаемое: авангард и классика. Но главным была ирония, которая будет присутствовать во всех без исключения коллекциях, выпущенных под маркой Moschino.

В 1985 году, после появления его новой линии Cheap and Chic («Дешево и шикарно»), которая существует до сих пор, о молодом модельере заговорили не только в Италии. В 1986 году появилась первая мужская коллекция Москино, еще два года спустя – линия джинсов, затем следует обувь, дамское белье и вечерние платья. И конечно, знаменитая линия духов от Москино, которая была запущена в 1987 году.

Что же такое стиль Москино? Исследователи и критики утверждают, что основой, «изюминкой» его стали фантазийность и вызов, причем вызов был синонимом демократичности. Сам Москино говорил: «“Аромат горького миндаля всегда напоминал ему о несчастной любви” – это моя любимая цитата из “Ста лет одиночества” Габриеля Гарсия Маркеса. Когда я создаю коллекции, я всегда ощущаю аромат горького миндаля. Я не могу определить свой стиль: это и ирония, и эклектика, и свобода, и интеллект, и философия, и даже теософия. И с другой стороны, ничто из этого не верно. Я всегда врал. Просто однажды я обнаружил себя в уличном театре. И мне досталась роль Арлекина. Я стал создавать вещи, выворачивая гардероб моих патронов. Вы знаете все эти вещи – это классический костюм “шанель”, это идеальный по крою традиционный тренч “барберри”, это традиционный костюм танцовщицы фламенко, это классическая американская кожаная куртка-бомбер. Мои вещи – это мои мечты. Вам хочется ходить на высоте шесть футов над землей? Вот вам платье, в котором вы всегда будете летать на два метра над землей. Вы хотите костюм тени? Вот вам платье-невидимка. Или платье, которое заставит вашу кровь закипеть? Да, и это есть. У меня есть все! Не бойтесь только эти вещи носить. В один прекрасный день вы повеселитесь на славу, когда случайно выйдете из дома в туфлях из разных пар. Давайте, и это только начало! А если вы хотите узнать мой стиль, мой цвет, мое

имя, в магазинах вы этого не найдете. Только по одной примете вы опознаете мои вещи – по аромату горького миндаля».

Каждый показ Франко Москино становился провокацией. Каждая его новая коллекция подрывала устои мира моды. И заставляла зрителей улыбаться. Чего стоят только строгие женские костюмы, на которых вместо пуговиц – пластиковые мельничные вертушки или теннисные мячи. Или футболка с надписью «Шанель № 5». Или куртка с яичницей на кармане, зимняя шляпа из меховых медвежат, вечерние платья, украшенные танцующим Микки-Маусом, и сексуальный вечерний топ без бретелек, завязки на котором заменяют золотые английские булавки.

Иронией и чувством юмора наполнены и его ежегодные рекламные кампании. Многим запомнилась реклама духов Moschino (1990 год): манекенщица в золотом корсете, которая потягивает духи через соломинку, с подписью: «Solo per uso esterno!», что значит: «Только для наружного применения!» А для рекламы первого аромата Cheap and Chic был использован образ девочки Оливии, мультипликационной героини, которая предлагала оригинальный рецепт по использованию аромата. В этом рецепте – весь Москино. «Ингредиенты: Один флакон духов Cheap and Chic – Один или более привлекательный мужчина (насколько зрелый – решайте сами) – Щепотка шарма – Пригоршня безумия – Смех и любовь по вкусу – Штрих высокомерия. Дозировка: Минимум два человека – Максимум столько, сколько вам нравится. Советуем всегда держать под рукой два – три запасных флакона духов Cheap and Chic. Уровень подготовки: Минимальный. Ведь это просто. Очень просто. Время подготовки: Всего несколько секунд. Осторожно нанесите аромат на наиболее чувствительные части вашего тела: шею, запястье, декольте, кончик носа и т. д. Затем с холодным видом пройдитесь мимо вашего мужчины. Игнорируйте его. Советуем доводить мужчину до кипения медленно. Однако если у вас нет времени, вы можете ускорить процесс с помощью нескольких дополнительных провоцирующих взглядов и соответствующих мимолетных фраз. Вы сами решите, когда наступит наиболее благоприятное время съесть его глазами или сделать что-то в этом духе. Внимание! Этот рецепт предназначен исключительно для гурманов. Не распыляйте Cheap and Chic поблизости от чрезмерно горячих тел! Это небезопасно! Moschino не несет ответственности за неправильное использование этого аромата. Распыляйте парфюм с осторожностью – на вашу удочку может попасться больше мужчин, чем вам бы хотелось!»

Иногда реклама товара сопровождается провокационными

лозунгами типа: «Предупреждение: показы мод могут быть опасны для вашего здоровья», «Жизнь – многогранна, так как это – мода», «Хорошего вкуса не существует». Хороший вкус Москино отрицал полностью, даже о себе говоря: «Я – это средневековое качество вещей и сомнительный вкус». Иногда он создавал точные каламбуры. В конце 80-х на витрине своего миланского бутика он поместил надпись: «Ready to where?», которая произносится точно так же, как «ready-towear» («готовая одежда»). А переводится как «Куда вы готовы?»

Такими же провокационными и вызывающими, как его модели, были сами дефиле. Москино мог выпустить свои модели на подиум, развернув их спиной и заставив ходить по подиуму задом наперед, а мог предложить зрителям забрасывать помидорами модели, которые им не понравятся. А в 1989 году, на двадцатой Олимпиаде моды, он вообще прервал показ своей коллекции на середине, заменив его трансляцией видеоролика Fashion Blitz.

Стиль Москино сложился в середине 1980-х, когда мир моды превращался в мир шоу-бизнеса, и модные дефиле становились грандиозными спектаклями. Эти спектакли и прочие рекламные кампании породили среди покупателей феномен, который получил название «fashion victim» – «жертва моды». Довольно точно этот феномен описал французский философ Ролан Барт: «Модную Женщину зовут Дейзи или Барбара; она встречается с графиней де Мун и мисс Фипс; она работает секретаршей директора, что не мешает ей бывать на всех праздниках в году, с утра до вечера; каждую неделю она уезжает на уик-энд, вообще все время путешествует – на Капри, на Канары, на Таити; она живет только в здоровом климате, любит одновременно Паскаля и кул-джаз».

Именно против этой системы моды восставал Москино. Он провозглашал: «Я отрицаю систему, которая не движется, я остаюсь в стороне от бизнеса, который эксплуатирует человеческую склонность к идиотизму. Эта система – как больной организм. В крови у этой системы слишком много соли, слишком много холестерина. Сейчас мы наблюдаем настоящий случай атеросклероза».

Каждая коллекция модельера была направлена против системы, но квинтэссенцией всей борьбы стала коллекция осень/зима-1990/91 года, которая так и называлась – «Stop the Fashion System» («Остановите систему моды»). Специально для нее кутюрье создал знаменитый образ гламурной женщины-вамп, ставшей аллегорическим изображением моды. Ее роль в сценарии для шоу обозначалась следующими словами: «Мода мучает Вещи.

Вещи – это энергия и свобода творчества. Они становятся жертвами этого безупречного монстра. В конце действа приходят ангелы и побеждают Моду».

Мода для Франко Москино была лишь средством выражения своего отношения к другим вещам. С ее помощью он говорил о политике, экологии, обществе. Peace Mandala, No war, Love nature and nature love you, Save our sea, Safe sex – это не только названия его коллекций, это его взгляд на мир…

Франко Москино умер от рака 18 сентября 1994 года в Милане. Ему было всего 43 года. После его преждевременной смерти все руководство компанией перешло к Росселле Джардини, которая очень тяжело перенесла потерю любимого человека. Но вместе с сотрудниками Дома Москино она решила продолжить его дело. «Когда Франко умер, мы не могли закрыть Дом… Мы продолжили, чтобы почтить память ушедшего от нас человека. Мы не хотели, чтобы его имя померкло, чтобы марка потеряла свою индивидуальность, утонула в коммерции. Поскольку его личность, его жизнелюбие оказали на всех нас очень сильное влияние, мы продолжили». Джардини называет себя «душеприказчиком» Франко и говорит: «Больше любви, чем работы. Франко это и называл нашим рецептом. Именно им сейчас и пользуется команда, та же, что и при Франко». Может быть, именно поэтому Дом моды Москино продолжает работать, и его новые модели – вечернее платье с кокетливым фартучком официантки, на котором написано «Made in Italy», майка с надписью «100 % fat free» («Обезжирено на 100 %»), женская сумочка в форме грампластинки или другая, которая оказывается при ближайшем рассмотрении просто зашитой внизу шелковой рубашкой с ремешком из завязанных рукавов – выдержаны в духе его создателя. Поэтому можно согласиться с Росселлой Джардини, которая как-то сказала: «Я до сих пор думаю, что Москино – просто гений. Иначе не знаю, как это объяснить: его уже давно нет в живых, но он до сих пор попадает в точку».

МОСС КЕЙТ

(род. в 1974 г.)

Известная манекенщица, положившая начало эры моделей нового типа – очень худых и даже изможденных. Стала «лицом» так называемого стиля «унисекс».

Кейт Мосс родилась в Англии, в городе Кройдон, 16 января 1974 года. Семья ее была далека от мира моды и шоу-бизнеса, так что в детстве девочка даже и не мечтала стать моделью. У нее были достаточно веские причины заподозрить любого, кто попытался бы предсказать ей успех, в изощренном издевательстве или скудоумии. Дело в том, что Мосс считала себя записной дурнушкой. В этом ее убеждало не только зеркало, но и «добросердечные» заверения одноклассников. Кейт была невероятно худой и нескладной, с мосластыми руками и ногами, выпирающими лопатками, запавшими щеками и глазами, тонкими негустыми волосами. Какая, скажите на милость, слава? Какой подиум?! С такими-то данными почтешь за счастье, когда тебя минует очередная порция насмешек однолеток. А равнодушие и язвительность со стороны мальчишек только помогали будущей звезде взращивать комплексы. К тому же родители Кейт тоже не смогли помочь своему ребенку выразить свою индивидуальность.

Вечно хмурая, неприязненно и с опаской глядящая на мир

Мосс постепенно «отбивалась от рук». Ее жизнь в корне изменилась в 1988 году. Тогда родители взяли 14-летнюю девчонку-нескладеху с собой в отпуск. Отдохнув на Багамах, семейство возвращалось домой через американский аэропорт JFK. Там загорелую угловатую Кейт заметила представитель лондонского агентства моделей Storm Сара Дукас. Трудно сказать, что же усмотрела в мрачном подростке эта опытная специалистка (на Сару даже коллеги поначалу поглядывали недоуменно: кого это она притащила на пробы?), но… Видимо, чутье профессионала сработало раньше, чем «включилась» стандартная оценка, выработанная общением со стереотипными моделями.

…Кейт стояла чуть в стороне от толпы спешащих людей, дожидаясь родителей, когда к ней подошла красивая, уверенная, хорошо одетая женщина. Незнакомка улыбнулась девушке и… пригласила к себе в агентство – попробовать свои силы в качестве модели. Мосс ушам своим не поверила – это во-первых. А во-вторых, убедившись, что она не ослышалась, заподозрила незнакомку в изощренном издевательстве. Хмуро слушая неожиданную собеседницу, Кейт думала: ну что она сделала этой женщине? Почему та считает возможным вот так просто (от скуки, что ли?) «подкалывать» совершенно незнакомого человека? Ну скажите, какая из нее модель: рост всего 169 сантиметров, а вес – меньше 42 килограммов! (Позже, кстати, вес Мосс колебался в пределах 43–53 килограммов; сама звезда старалась как можно реже становиться на весы – ее это раздражало).

Когда к Кейт подошли родители, они тоже вначале приняли слова Сары Дукас за не очень тонкий розыгрыш. Еще бы, ведь чета Мосс давно привыкла считать свою дочь нескладехой с не очень радужными жизненными перспективами. Нет, они, конечно, Кейт любили, но поверить, будто девочка может чего-то добиться на модельном поприще, – извините! Не настолько они легковерны и доверчивы.

В общем, Дукас пришлось буквально головой пробивать глухую стену недоверия и недоумения. Но сотрудница агентства Storm всегда отличалась своей напористостью. Она предложила Мосс подумать, взяла адрес девушки и спустя пару дней заявилась к ней в гости – убеждать. Наконец, Кейт, все еще не особенно доверяя Саре, решила поехать на пробы. Поначалу коллеги Дукас были отнюдь не в восторге, увидев перед собой новое «приобретение» агентства – уж больно мрачной, изможденной и некрасивой показалась Мосс профессионалам, привыкшим работать с более «объемными» моделями, имевшими правильные черты лица.

То, что Дукас не ошиблась, стало ясно после того, как Кейт получила контракт на съемку для рекламы Келвина Кляйна. Мэтр мира моды пришел в откровенный восторг, увидев угловатую девушку, больше напоминавшую нескладного паренька-подростка. Ведь на подходе была эра стиля «унисекс»; новшество только-только пробивало себе дорогу, но в скором времени обещало «поставить на уши» весь мир. А вот демонстрировать модели данного стиля оказалось некому. Ведь унисекс и фигура «песочные часы» не имеют между собой ничего общего. Новые вещи словно ждали таких, как Кейт: худеньких, с мальчишескими фигурками, короткими стрижками… Девушка? Парень? Какая разница! Главное, стильная одежда и парфюм… Но пока в распоряжении модельеров была только одна Кейт.

14-летняя тоненькая девочка произвела настоящий фурор на подиумах всего мира, став модной иконой нового поколения и вынудив срочно сесть на диету своих «классических» коллег. К началу 90-х годов Мосс стала одной из наиболее известных и хорошо оплачиваемых моделей. Ее фотографии наводнили обложки всех модных журналов мира. Питер Линдберг пригласил девушку сниматься для своей книги о десяти самых знаменитых моделях современности. Пирелли сделал фотографии Кейт для популярного календаря. Ив Сен-Лоран пригласил «нестандартную» манекенщицу для создания рекламы духов Opium. Элтон фон Унверт заполучил девушку для съемок фильма (не полнометражного) Inferno, а Элтон Джон сделал ее исполнительницей одной из ролей в своей ленте «Something about the way you look tonight». В 1995 году вышло также документальное видео «Нараспашку» с участием Кейт. Летом 1998 года «девушка-унисекс» вместе с Амбер Валетта побывала в Москве: там шли съемки для первого русского выпуска журнала Vogue. Фотосессию тогда проводил известный фотограф Марио Тестино. В 1998–1999 годах девушка зарабатывала в среднем около 10 000 долларов в день! К слову сказать, один серийный убийца перед смертью сказал, что спокойно умрет на электрическом стуле, если перед этим ему покажут Кейт Мосс.

В конце 90-х годов прошлого столетия модель издала книгу с самыми любимыми своими фотографиями. Она называлась «Кейт: история Кейт Мосс». Узнаваемой, популярной девушку сделала не только необычная внешность (параметры модели – 84–58–89), но и готовность позировать в случае необходимости обнаженной. Вскоре после начала своей профессиональной карьеры Мосс стояла в одном ряду с такими представительницами элиты мира моды, как Клаудия Шиффер и Синди Кроуфорд. Именно с появления на подиуме Кейт началось триумфальное шествие

нового типа моделей (waif models) – изможденных, будто прозрачных. И пошли гулять по миру знаменитые «90–60–90», что при весьма солидном росте девушек-менекенщиц наводит на нехорошие мысли о тяжелом детстве и истощении…

Яркая, невероятная реальность сама ложилась под ноги вчерашней нескладехе. А она по-прежнему предавалась самокопанию и никак не могла избавиться от приобретенных еще в детстве комплексов. Неуверенность в себе порождала нервные срывы, неудачи в личной жизни. Все романы звезды подиума оказывались быстротечными, она постоянно попадала в зависимость от своих бойфрендов, терпела их выходки и порой откровенные издевательства. А ведь Кейт так хотелось иметь свою семью, быть счастливой… В один из наиболее тоскливых дней девушка даже обзавелась татуировкой: на ее руке появилось небольшое сердечко.

Достаточно долгое время модель встречалась с Джонни Деппом. Дело шло к тому, что «пират Карибского моря» поведет свою тоненькую подругу под венец. Мосс даже подписываться стала как Кейт Депп. Но… Джонни разорвал их отношения, обзаведясь другой девушкой. Для модели это стало тяжелым ударом и причиной затяжного стресса.

Постоянные проблемы на личном фронте привели к тому, что Мосс пристрастилась к выпивке и начала много курить. Нездоровый образ жизни звезды и ее необыкновенная худоба стали не самым лучшим примером для впечатлительных девчонок-подростков. Стремясь подражать Кейт (по своему внешнему виду она стояла ближе к «широким массам», чем элегантные «классические» модели), девочки доводили себя до истощения, зарабатывая кучу неприятностей со здоровьем. Естественно, такое положение вещей не устраивало родных жертв «кейтомании». Протесты обеспокоенных родителей приводили только к скандалам в прессе: те, кто стоял на вершине мира моды, не могли отказаться от такого великолепного типажа.

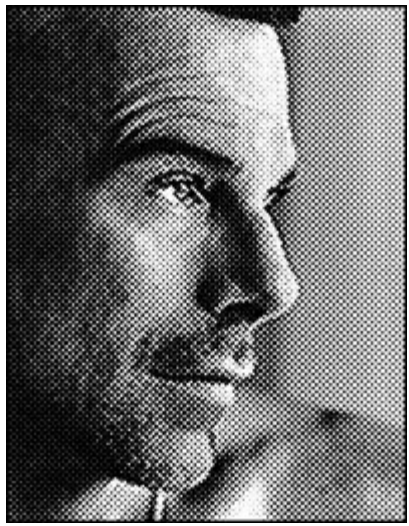
Имея не слишком решительный характер, Кейт все же нашла в себе силы вырваться из замкнутого круга. Она поняла: еще немного, и модель превратится в опустившуюся алкоголичку. Так что на депрессиях и «самом верном способе лечения» нервных срывов пора было ставить точку. И Мосс в 1999 году отправилась в известную лондонскую клинику Priory – лечиться. Медикам удалось поставить звезду на ноги, отучив от тяги к спиртному.

Фотографии Кейт до сих пор не сходят со страниц модных журналов, несмотря на то что эра стиля «унисекс» явно движется к закату, а сама модель почти 10 лет назад покинула подиум. Сегодня Мосс предпочитает вести светскую жизнь и проводить

как можно больше времени со своей дочкой, Лилой Грейс. И тем не менее, Кейт продолжает оставаться в центре внимания публики. Например, не так давно она стала обладательницей специального приза от американской модной ассоциации CFDA; бывшую супермодель назвали человеком, оказавшим огромное влияние на развитие модного стиля в новом тысячелетии. А в прошлом году портрет Мосс в стиле «ню» работы художника Лусиана Фрейда был продан с аукциона Кристи за 7,3 миллиона долларов. Вот вам и «пенсионерка»! Только, к сожалению, в личной жизни у Кейт по-прежнему все не так гладко, как хотелось бы. Зато дочурка радует и, возможно, через десяток лет затмит маму на подиуме. Если, конечно, Кейт позволит Лиле Грейс стать частью мозаики мира моды; кому, как не бывшей супермодели, знать, насколько трудна и непредсказуема доля манекенщицы!

МЮГЛЕР ТЬЕРРИ

(род. в 1948 г.)



Французский модельер, фотограф, сценарист, художник по костюмам и танцовщик. Его работы отличаются нестандартностью, некоторой агрессивностью и ярко выраженной эпатажностью.

Тьерри Мюглер родился во Франции, в городе Страсбурге, в 1948 году. Тяга к творчеству проявилась у мальчишки рано, а в 14 лет он уже серьезно работал над созданием собственных костюмов для театра. Однако больше всего подростка интересовала все же хореография, так что в 1962 году он начал учиться на профессионального танцора, одновременно посещая занятия в Школе декоративного искусства. В 1964 году Тьерри закончил обучение у страсбургских специалистов. В 1968 году он переехал в Париж, где стал работать так называемым «вольнонаемным» дизайнером, выполняя заказы для различных Домов моды.

Свою первую коллекцию прет-а-порте Мюглер создал в 1973 году. Она была выпущена под маркой Cafe de Paris. Новинка от мало кому еще известного дизайнера вызвала настоящий скандал в обществе: в моде тогда безраздельно царил стиль «унисекс», а Тьерри, по словам представителей прессы, вывел на подиум «то ли царственную шлюху, то ли царицу, вышедшую на панель».

Почему же работы молодого мастера вызвали столь резко негативную и даже уничижительную оценку? Да просто потому, что Мюглер отнюдь не ограничился стремлением возродить рафинированно-женственный, облегающий силуэт 1950-х годов; дизайнер модернизировал разработки своих предшественников в области женской одежды, придав ей откровенную сексуальность и даже не вполне естественную манерность.

Несмотря на разгромную реакцию критики, Тьерри не обратился к главенствующим в моде стандартам. Напротив, его работы выделялись на общем фоне своей индивидуальностью, исподволь завоевывая зрителя, заставляя прислушиваться к мнению «нетипичного» кутюрье. В 1974 году Мюглер уже мог похвастать рождением собственного лейбла «ready-to-wear» (готовая одежда), а в 1977-м его сограждане познакомились с первой коллекцией нового Дома моды, которая носила название Spectacle.

Время шло, и постепенно Мюглер из чрезмерно эпатажного и потому непонятого мастера превратился в одного из тех дизайнеров, которые, собственно, и создают Высокую моду. Показы коллекций Тьерри собирали все большее число зрителей, а в откликах на очередные новинки от ставшего популярным модельера теперь уже редко проскакивали недовольные нотки: новое поколение активно подключилось к воплощению образа, придуманного Мюглером, в жизнь. Просто стиль «унисекс» к тому времени, похоже, стал капитально сдавать позиции, поскольку многим женщинам не нравилось превращение в некое бесполое создание.

В 1984 году состоялось очередное шоу Мюглера, превратившееся в настоящую легенду мира моды. На подиуме царила Его Величество Сказка; зал был наполнен розами и… падающим снегом! А в вихре музыки плыли мадонны и ангелы. Но уже через два года на смену вычурной романтике пришли практичные и агрессивно-привлекательные костюмы Gouvernant (они отличались неровными зубчатыми швами). В новой коллекции французского кутюрье были также завоевавшие популярность на многие годы кожаные куртки с широкими плечами и акцентированной талией и ботинки на высоких каблуках. В том же, 1987 году Тьерри порадовал сильную половину человечества выходом новой специальной коллекции «Мачо» (ее основные идеи, кстати, также в течение многих лет «кочевали» по различным Домам моды). Мужчины стараниями Мюглера облачились в узкие кожаные куртки, подчеркивающие фигуры (а также «пивной» живот, заставив многих всерьез задуматься о необходимости наведаться в спортзал), и в

футболки.

Занимаясь дизайнерскими разработками, Тьерри никогда не переставал работать и в качестве профессионального фотографа. Своеобразный итог прошедшим годам он подвел в 1988 году, опубликовав книгу Thierry Mugler Photograph.

Что касается женских моделей, создаваемых Тьерри, то они, как и в самом начале карьеры этого французского мастера, по-прежнему представляли собой невероятную комбинацию элегантности, манерности и нагловатой, утрированной откровенности, балансируя на тонкой грани безвкусицы и утонченного восприятия форм дочерей Евы. Впрочем, дизайнер умудрился так и не пересечь эту условную грань – ни в одном, ни в другом направлении. Тем более, что его модели все же оставались по-настоящему женственными, не скатываясь в вопиющую вульгарность, в основном, за счет абсолютной точности конструкций и виртуозного, практически идеального качества исполнения. И пресса, и обитатели Олимпа моды, и рядовые зрители были единодушны в своем мнении по поводу творчества этого мастера. «Вопиющая, бескомпромиссная, агрессивная женственность, откровенная сексуальность и холодная чувственность… при виде того, что он делает, невольно возникает образ художника, раздираемого противоречиями и страстями», – приблизительно в таких выражениях писали и говорили о работах Тьерри Мюглера.

Кутюрье не изменил своему видению идеала. Он по-прежнему нагромождал и утрировал формы, но при этом никогда не лишал женщину пола. Напротив, из самой мальчишеской фигурки он умудрялся сделать настоящую обольстительницу, женщину-вамп. «Нарочитые формы его костюмов – порождение бесконечного пространства, стремящегося заполнить собственную пустоту», – ехидничали «акулы пера». А Мюглер лишь снисходительно улыбался и говорил, что остается верен самому себе и вовсе не стремится к постоянным переменам, – что бы там ни говорили его коллеги или журналистская братия.

Как бы то ни было, а дом Тьерри Мюглера здравствует и процветает и поныне. За прошедшие годы армия постоянных клиентов и поклонников творчества известного кутюрье выросла до угрожающих размеров – «унисекс», похоже, глубоко приелся, и модели французского дизайнера все активнее вытесняют с подиумов эфемерных «женщин-мальчиков». В 1994 году Мюглер устроил грандиозное шоу в честь 20-летия собственного Дома моды; юбилейный показ Extraterrestrial Pom Opera превратился во впечатляющий спектакль, оформленный лучшими дизайнерами с поистине королевским размахом. Согласно замыслу самого главы

популярной марки одежды, подиум представлял собой стилизованное изображение Млечного Пути, по которому странствовали галактические принцессы – в покрытых хромированными пластинами корсетах или в прозрачных виниловых костюмах.

Год 1997-й ознаменовался показом первой коллекции Мюглера от кутюр. В новых работах дизайнера женщина превратилась в своеобразную экзотическую райскую птицу. В основе новой коллекции, кстати, лежали экстравагантные яркие корсеты, идея создания которых возникла у Тьерри не случайно. «Музами» мастера стали… насекомые и ракообразные, облаченные в хитиновые щитки-«корсеты»!

По сути, самому кутюрье явно все равно, могут ли обычные женщины носить его строго скроенную одежду. Не волнует, похоже, мастера и вопрос: хотят ли они это делать?.. Его коллекции, в основном, рассчитаны на звезд и создаются для эффектных выходов на публику. Так что на показе Мюглера вы не увидите обычного дефиле: его с успехом заменяют талантливо разыгранные театральные шоу. Кстати, для участия в таких представлениях Тьерри обычно набирает знаменитостей подиума, и недостатка в звездах этот мастер никогда не испытывает…

Параллельно с моделированием и фотографией Мюглер, как и большинство мастеров экстракласса, занялся также созданием фирменных парфюмов, отвечающих духу и направлениям новых коллекций и помогающих создавать необходимый образ. Наиболее известными работами мастера в этом направлении стали ароматы Angel, появившийся в 1992 году, и A-Men, выпущенный в 1997-м. Парфюмы французского мастера пахнут «вкусно»; в принципе, это отнюдь не новинка в данной индустрии. Однако до недавнего времени в «меню» составителей ароматов входили разве что фрукты, ягоды и цитрусовые. Таким набором на сегодняшний день не удивишь никого. Так что Мюглер стал первым человеком, предпринявшим решительные шаги для расширения ассортимента духов. Его стараниями в 1992 году на прилавках магазинов появилась «нестандартная» туалетная вода Angel. Создал ее по заказу Тьерри парфюмер Оливье Кресп. В интерпретации авторов нового парфюма ангелы просто-таки обязаны источать «съедобный» аромат шоколада, ванили, миндаля, карамели и черной смородины. В дальнейшем в разработках Дома моды Мюглера появились также запахи экзотических фруктов, орехов, сладостей, сливок, кофе. А мужские парфюмы начали благоухать коньяком и ромом. И конечно же, в каждом новом наименовании большую роль играли пряности – корица, ваниль, мята, кориандр, базилик. Появились и

совершенно новые оттенки, создаваемые ромашкой, тимьяном, майораном, петрушкой, сельдереем, имбирем и даже перцем! Что и говорить, достойное дополнение вызывающе-нестандартным коллекциям оригинального дизайнера!

Естественно, что модели Мюглера постепенно завоевывали рынок. Вскоре работы этого дизайнера вышли далеко за пределы французского мира моды, отправившись покорять население других стран планеты. И надо сказать, подобная мирная экспансия проходила весьма небезуспешно. Магазины известной марки постепенно появлялись во многих крупных городах мира. Бутики Мюглера открылись и в Москве; российские поклонники работ Тьерри оценили возможность приобретать оригинальную мужскую и женскую одежду его Дома моды.

…А интересные, нестандартные, эпатажные вещи, создаваемые Мюглером, остаются по-прежнему популярными и привлекательными не только для звезд мира кино и моды, но и для обычных потребителей. Вот только чаще всего возникает вопрос: куда же можно надеть такую «конструкцию»? Зато туалетная вода этой марки и вправду хороша, подходит для повседневного использования… хоть так же нетипична, как и модели одежды Тьерри Мюглера. А что поделать! Удивлять и шокировать публику – профессия истинного кутюрье…

НИКОЛАЕНКО АЛЕКСАНДРА

Украинская топ-модель, победительница конкурсов «Мисс Одесса», «Мисс Украина – Юг», «Мисс Украина-2001», вице-мисс конкурсов Miss Tourism Europa и «Мисс Американская мечта-2001», финалистка международных конкурсов «Мисс мира» и «Мисс Вселенная», победительница конкурса Miss Tourism World, проходившего в Шри-Ланке в 2002 году.

Будущая королева красоты, чья улыбка и королевская осанка предстали миру на влиятельнейших конкурсах красоты, родилась в Одессе. В школу модельного агентства Саша пришла, когда ей исполнилось 15 лет. Интересно, что ни о работе модели, ни об участии в каких-либо конкурсах девушка даже и не задумывалась! Она просто хотела овладеть «азами женской красоты»… Но, как показало время, Николаенко предстояла весьма насыщенная событиями карьера модели. Правда, перед началом карьеры «королевы» Саше пришлось пережить весьма неприятную процедуру хирургической пластики лица: после неудачного падения у нее над губой остался шрам. Боль и страх, с которыми юная одесситка столкнулась при избавлении от некрасивой «метки», напрочь отбили у нее желание когда-либо корректировать свое лицо или фигуру. И надо сказать, слава богу…

Яркая, самобытная, да к тому же еще серьезная и целеустремленная девушка сразу привлекла к себе вполне понятное внимание профессионалов. Перед ними появился не

очередной «дубль» какой-то западной звезды подиума, а совершенно естественная модель, отличающаяся наличием хорошо выраженной индивидуальности – то есть тем, что в модельном бизнесе ценится больше всего.

Год окончания школы запомнился Саше на всю жизнь – и не только потому, что она, как и все ее сверстники, вступила наконец во взрослую жизнь. Просто Николаенко «в довесок» к аттестату о среднем образовании получила еще и титул «вице-мисс» на конкурсе «Мисс Теленеделя-1997», который проводился в ее родном городе. Вскоре специалисты модельного агентства настоятельно порекомендовали Николаенко принять участие в шоу «Мисс Одесса»; Саша решила попробовать свои силы; в результате на ее очаровательной головке засияла первая «королевская» корона…

А впереди Николаенко ждало постепенное восхождение по «иерархической» лестнице в мире модельного бизнеса: она стала победительницей шоу «Мисс Украина – Юг», а затем к предыдущим коронам прибавила еще и корону «Мисс Украина-2001». Эти свои выступления Саша вспоминает с содроганием: позднее ей больше не приходилось встречать столь неприкрытой агрессии со стороны претенденток на титул. Ей пришлось брать на конкурс не только личного визажиста, но и человека, который следил бы за вещами: порванные кем-то из конкуренток колготки – пустяк (Саша всегда возит с собой запасные мелкие вещи), а вот то, что при переодевании можно просто не обнаружить на месте, скажем, туфель – это уже серьезно.

Естественно, что на конкурсе Miss Tourism Europa Украину представляла именно Николаенко; тогда, кстати, девушка с честью для дебютантки выступила на международных мероприятиях такого типа: она не только прошла в финал, но и получила звание «вице-мисс». Интересно, что такой же титул девушка завоевала и на конкурсе «Мисс Американская мечта», проводившийся в 2001 году.

…Этапы «роста» девушек, решивших принять участие в столь непростом и нелегком деле, хорошо известны: сначала требуется одержать победу на городском конкурсе, затем – на региональном, государственном, европейском. Если все испытания пройдены и победа достигнута – что ж, настойчивую конкурсантку ждет победа или поражение на конкурсах «Мисс мира» и «Мисс Вселенная». Исходя из этого правила, Николаенко в том же, 2001 году стала участницей шоу на звание самой красивой девушки нашей планеты, проходившем в ЮАР. Тогда непосредственное участие в организации шоу принимал Нельсон

Мандела – живая легенда ушедшего века. И снова украинская красавица вошла в число финалисток (что само по себе уже достаточно почетно!); она, кстати, единственная из конкурсанток привезла президенту подарок: книгу о своей стране в красивом кожаном переплете и керамическую фигурку казака. Правда, оказалось, что платье из музея Юдашкина, которое конкурсантке выбрал сам знаменитый кутюрье, надевать не стоило: этого мастера его зарубежные коллеги считают опасным конкурентом. Посему, потратив на изучение расшитого камнями творения Юдашкина в три раза больше времени, чем это обычно бывает, дизайнеры конкурса присудили приз за лучшее вечернее платье другой участнице… Популяризовать своего реального конкурента они явно не имели ни малейшего желания.

Однако Саше теперь хотелось уже доказать миру, что она – действительно «самая-самая», и, избавившись от приставки «вице-», все же стать настоящей королевой красоты…

Так что, невзирая на все проблемы, с которыми настойчивой конкурсантке приходилось сталкиваться на предыдущих конкурсах, она уже в следующем году стала участницей проводившегося в Шри-Ланке красочного шоу Miss Tourism World-2002. И 2002-й наконец, дал осуществиться мечтам и стремлениям Саши. Ею головку украсила одна из самых «весомых» корон в мире Ее Величества Женской Красоты. Правда, в «довесок» к ней на плечи девушки легло множество весьма нелегких обязанностей и хлопот, которые, тем не менее, не смогли лишить ее осанку поистине королевской грации… Ведь каждая девушка, начиная свой нелегкий путь к титулу королевы красоты мира, знает: победа – это огромная работа, и если не чувствуешь сил ее осуществить – отказывайся от короны сразу… Да, «гонка» длится всего год, но она выматывает девушку до такой степени, что никто еще не избежал подспудной мыслишки махнуть на все рукой и, отказавшись от победы, поехать домой – просто спать… Но несмотря на это, девушки выдерживают свой срок «царствования» с честью. Они вынуждены, в первую очередь, думать о реноме той страны, которую представляют, и, облегченно вздохнув, спустя год передают корону очередной победительнице конкурса.

Кстати, сама Николаенко говорит, что данный конкурс преподнес немало сюрпризов всем девушкам-конкурсанткам. Ведь каждая из них, собираясь ехать в один из самых красивых уголков нашей планеты для ежегодного великолепного парада красоты, готовилась именно к финалу конкурса, который должен был состояться 4 октября 2002 года. Однако организаторы шоу позаботились о том, чтобы в течение того месяца, когда

конкурсантки будут жить на Шри-Ланке, они обязательно приняли участие еще в восьми миниконкурсах, которые проводились на уровне не менее серьезном, чем сам финал…

Девушки путешествовали по сказочному острову, бывали в разных городах. Организаторы таким образом старались устроить коренным жителям праздник: в Шри-Ланке незадолго перед тем закончились военные действия, так что подобная акция была необходима, чтобы поддержать местное население, привнести в его жизнь немного оптимизма.

Кстати, из восьми титулов, предусмотренных программой конкурсов, украинская участница завоевала четыре! И это при том условии, что Национальный комитет «Мисс Украина» фактически не оказала Николаенко никакой поддержки… Когда она в 2001 году собиралась ехать на конкурс «Мисс мира», необходимую информацию комитет предоставил девушке… в последний день перед отъездом! О том, попадал ли еще кто-нибудь из участниц этого престижного международного шоу в такие же условия, думается, говорить излишне… А ведь одно из обязательных требований на конкурсе «Мисс мира» – огромное количество самой разнообразной одежды. Интересно, пробовал ли кто-нибудь из членов отечественного комитета собрать весь необходимый участнице гардероб меньше чем за день? Вряд ли. А как расценить тот факт, что Саше просто «забыли» сказать о том, что с собой необходимо взять государственный флаг, запись гимна и национальный сувенир? Представьте, в каком положении оказалась Николаенко, которая одна из всех конкурсанток приехала на Шри-Ланку без этих атрибутов! И это при том, что участницы «Мисс Вселенной» представляют не только себя, но и являются своеобразной «визитной карточкой» своих стран… Девушек там никто не называет по имени, ограничиваясь звучными «Мисс Украина» или «Мисс Словения». Естественно, что в данной ситуации отсутствие флага в багаже провоцирует и соответствующее отношение к самой державе.

По счастью, Саше чудом удалось выйти из неприятной ситуации: и флаг, и гимн, и сувенир в последний момент удалось «организовать» команде конкурсантки. А ведь Национальный комитет более 10 лет отправлял девушек на «Мисс Европу», «Мисс мира», «Мисс Вселенную». Неужели же кто-то из членов сей почтенной организации страдает склерозом?! И стоит ли тогда удивляться, что претендентки от Украины, которые, что греха таить, весьма выигрышно выглядели на престижнейших международных конкурсах, в итоге оказывались «за бортом» при раздаче титулов? Правда, Саша еще по опыту, приобретенному во время предыдущих заграничных выступлений, твердо усвоила:

надеяться на помощь комитета – пустая трата времени. Зато после очередной победы Николаенко не забывали упрекнуть, что она должна была обязательно привлечь к проведению пресс-конференции Национальный комитет… Извините, а за какие заслуги?! За то, что Саша, как и другие девушки-участницы международных конкурсов, сама вынуждена была изыскивать средства для участия в них? Или за то, что наши претендентки на звание самой красивой девушки мира покупают лицензии для участия и билеты на свои деньги и чудом выкручиваются, собирая необходимые костюмы? Как вы думаете, не обидно ли было Николаенко слышать рассказ филиппинки о том, что она взяла на себя «труд» лишь вовремя приехать в аэропорт, где ей представители местного комитета вручили все необходимые документы, билеты и чемоданы с упакованными вещами? Все костюмы красавица с Филиппин, как и практически все конкурсантки, видела впервые только после прибытия на место: все купили, подогнали и упаковали без ее участия… Если и может благодарить кого-то Саша, то это – сотрудников своего агентства, его директора, генерального директора конкурса «Мисс Украина – Юг» Татьяну Савченко, мэра родного города, ректора Одесской юридической академии и тех мастеров, которые буквально в последний момент создавали ее гардероб. Именно эти люди оказали девушке ощутимую моральную и материальную поддержку.

Кстати, с подарками, которыми, по традиции, победительниц просто-таки заваливают, Саша поступила просто: она передала их в детский дом, в который девушек-участниц конкурса возили накануне. Бытовая техника, посуда, телевизоры уж никак не оказались лишними для несчастных ребятишек… А домой Николаенко привезла лишь корону, фотографии и массу впечатлений. Казалось бы, такое решение новой королевы красоты вполне объяснимо и абсолютно нормально с точки зрения ее новых обязанностей и просто человеческого сострадания. Однако Саша, похоже, стала первой из победительниц, изъявившей желание передать подарки нуждающимся. Во всяком случае, своим заявлением она явно удивила организаторов конкурса.

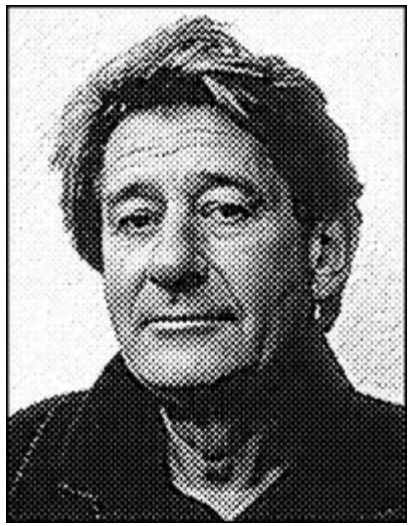
Удивительно, но Николаенко все же удавалось сочетать напряженную деятельность первой красавицы мира и учебу в университете. Правда, заниматься Саше было тяжело, так как она была вынуждена пропускать большое число лекций и практических занятий. Однако настойчивая одесситка продолжала «грызть гранит науки», поскольку просто получение диплома не являлось для нее целью: девушка хотела получить

настоящее, полноценное образование, а не красивую «корочку». «Ведь конкурсы когда-нибудь закончатся, и надо будет как-то зарабатывать, обеспечивать себя. Я надеюсь только на свои силы», – объясняла свою напористость девушка. И преподаватели с пониманием отнеслись к необычной студентке, согласившись заниматься с Сашей индивидуально.

Что ж, во многом благодаря Александре Николаенко мир в очередной раз был изумлен красотой украинской женщины, а также покорен ее чисто человеческими качествами. Недаром говорят, что имя Александра носят только истинные королевы…

НЬЮТОН ХЕЛЬМУТ

(род. в 1920 г. – ум. в 2004 г.)



Он сделал для фотографического искусства не меньше, чем его гениальный однофамилец – для физики; снимал для известнейших модных журналов: французского, итальянского, немецкого и англо-американского Vogue, Elle, Marie Claire, Harper's Bazaar, Stem; создал фотопамятники Ив Сен-Лорану, Пьеру Кардену, Уорхолу, Дали, Боуи, Джаггеру, Герхарду Шрёдеру, Маргарет Тэтчер, Марлен Дитрих, Катрин Денев, Софи Лорен, Клаудии Шиффер, Синди Кроуфорд. Его жена Джун называла Ньютона человеком «с непристойной фантазией». Вместе с тем, именно сексуальность, привнесенная им в фотографию моды, сделала его всемирно известным.

Хельмут Ньютон родился 31 октября 1920 года в Берлине в преуспевающей еврейской семье. Время было тревожное, неотвратимо приближалась Вторая мировая война. Евреи, жившие в Германии, первыми ощутили весь ужас нацизма. Особенно страшной была судьба детей. Хельмут Ньютон лишь по счастливой случайности избежал участи тысяч людей, уничтоженных только за то, что они не принадлежали к избранной расе.

Когда ему исполнилось 12 лет, вышло указание, предписывающее разделить классы в немецких школах на

арийские («первосортные») и еврейские («второсортные»). Отец Хельмута был человеком небедным – он держал цех по изготовлению пуговиц, поэтому вначале сумел оградить сына от унижения. Хельмута перевели в американскую школу в Берлине. Но перевод в новую школу был просто пустяковым событием по сравнению с другим – Ньютону купили фотоаппарат! Это было исполнением заветной мечты, и Хельмут буквально не расставался с камерой. Два других хобби – плаванье и девочки – были, в общем-то, самыми обычными и не вызывали тревоги у родителей и учителей. Но зато у Ньютона-старшего тревогу за будущее его сына вызывала страсть к фотографии: «Сынок, если только щелкать затвором и не заниматься ничем иным, недолго и жизнь прощелкать!» Но Ньютон, которому жизнь казалась прекрасной и полной надежд, увлеченно снимал все, на чем останавливался его пытливый взгляд.

В 16 лет Хельмут стал ассистентом Эльзы Симон, известной в фотокругах под именем Ив. Ее дальнейшая судьба сложилась трагично – она погибла в концлагере. Хельмуту повезло больше: он бежал из Германии. Сначала он оказался в Сингапуре. Там произошел курьезный эпизод: устроившись фоторепортером в газету, Ньютон через две недели был уволен за профнепригодность. Знали бы хозяева газеты, что всего через несколько лет уволенный ими фотограф станет мировой знаменитостью! Но пророков среди них не было, а Хельмут в поисках работы перебрался в Австралию.

Эта страна оказалась куда более гостеприимной. Ньютон благополучно отслужил в армии, что дало ему возможность получить гражданство. А вскоре в его жизни появилась Джун Браун – актриса, которая настолько увлеклась Хельмутом и его искусством, что оставила сцену и взяла в руки фотокамеру. Свои снимки она подписывала псевдонимом Алиса Спрингс. Вскоре Хельмут и Джун стали счастливой семьей, которую объединяла общая страсть к сравнительно молодому искусству. Ньютон смог осуществить свою юношескую мечту – открыть фотостудию. Она располагалась в Мельбурне и была настоящей творческой мастерской, в которой постоянно ставились опыты, создавались композиции и проявлялись кадры, отражающие мастерство художника.

В 1950-х Хельмут вернулся в Европу. Он чувствовал себя как дома в любой стране и часто менял место жительства – то он в Лондоне, то перебрался в Париж, то подался в Монте-Карло. И всюду фотографировал. Сколько раз его обвиняли – то в неуважении к женщинам, то в мазохизме, то в излишнем эротизме, то – напротив – во фригидности! «Модели Ньютона

удивительно красивы, но это красота ада, ведьмовская красота, холодная, мертвецкая… на грани трупности», – писали критики. Его «ню» выглядели пугающими – по крайней мере, для тех, кто привык к стандартным, «прилизанным» фотографиям, на которых женщины изображались слабыми, безвольными созданиями. Иногда дело доходило до откровенных обвинений: «Мистер Ньютон, вы, как Тинто Брасс, балансируете на грани софт-порно!» Ньютон категорически отметал подобные обвинения: «У меня есть некий внутренний клапан-предохранитель – он не дает снимать порнографию, хотя, поверьте, я имею все возможности для того». И действительно, женщин в его жизни было немало. Они чувствовали в нем мужчину, способного угадать их самые сокровенные желания, и крайне редко случалось, чтобы даже самые известные персоны отказывали ему в съемке.

Многие из его снимков – а их за долгую жизнь Хельмут сделал немало – подлинные шедевры, но шедевры шокирующие, развенчивающие мир условностей, в которых живет большая часть населения Земли. То он снимает совокупляющихся манекенов, то – руку с бриллиантовыми перстнями, всю в жире от разделывания куриной тушки. Его не интересовали проторенные пути, вся суть его творчества сводилась к тому, чтобы раздвигать границы. При этом главным для него был творческий процесс, а все помощники и модели, участвовавшие в нем, воспринимались как бездушные объекты. Однажды во время фотосессии модель потеряла сознание из-за жары. Все засуетились, и только Хельмут невозмутимо ходил вокруг в поисках лучшего ракурса и не прекращал съемки. Когда модель обвинила его в черствости, он не только не извинился, но даже не стал скрывать возмущения – да кто она такая, чтобы указывать ему, мастеру?

К своим моделям Ньютон относился с изрядной долей презрения. Он считал их воплощением столь ненавистной ему массовой культуры: «…знаете, какие они? Худосочные тупицы! Или молча лупают пустыми глазенками, или трещат о всяких пустяках. Есть, впрочем, и те, кто тщится разглагольствовать на серьезные темы, эти – самые нелепые».

Хельмуту всю жизнь нравились совершенно другие женщины – сильные, самостоятельные, способные не притворяться ни перед обществом, ни перед собой. Свою жену, кстати, он относил к этой высшей категории.

С конца 1960-х годов Ньютон начал сотрудничать с лондонским изготовителем манекенов, намереваясь фотографировать Ван Рови лицом к лицу со своим двойником. С тех пор этот прием – соединение реального и искусственного – стал одной из характерных черт в работах Ньютона. Манекены

смотрелись на фотографиях как живые, и это еще больше усиливало впечатление от работ.

Со стороны иногда казалось, что работа фотохудожника довольно проста: придумал композицию, сделал серию снимков, потом отобрал самые удачные – и готово. На деле все было сложнее. На обдумывание некоторых идей уходили годы, а на их воплощение – месяцы. Хельмут не останавливался ни перед какими расходами, чтобы достичь нужного эффекта. Как легенду, до сих пор вспоминают эпизод, когда он потратил 1300 долларов на маникюр для модели.

Единственное, к чему он относился крайне экономно, – это пленка. Для фотографов считается нормой, если из 36 кадров удачным окажется хотя бы один. Для Ньютона это было неприемлемо. На каждой сессии он снимал не более двух катушек, и все снимки оказывались произведениями искусства. О точности глазомера мастера говорит одна из его лучших работ – «Они идут». На одном снимке – четыре модели в одежде, на другом – они же, но обнаженные. При этом позы, положения ног, рук, даже выражения лиц абсолютно идентичны на обоих фото. Сейчас, в век компьютерных технологий, это бы никого не удивило, но Хельмут работал только со своей камерой и своим чутьем. Кстати, Ньютон всю свою жизнь пользовался довольно простыми камерами и никогда – цифровыми, считая, что компьютерная обработка снимков – мошенничество. Он сам проявлял и печатал негативы. И практически не использовал вспомогательного освещения. «Клиенты идут ко мне, ожидая увидеть навороченную студию, – рассказывал он. – А что видят? Четыре стены, 500-ватную лампочку, включаемую лишь в исключительных случаях, да старенькую картонку – для тени. Конечно, люди разочаровываются. Но они не понимают: в студии есть главное – я!»

В 1971 году Ньютон перенес тяжелейший приступ, изменивший и его жизнь, и его отношение к фотографии. После выздоровления он отбросить компромиссы, диктуемые требованиями заказчиков, и отныне руководствовался только собственными принципами. Его фотографии от этого лишь выиграли: стали глубже и насыщенней. Но в то же время – и откровеннее.

Хотя Хельмут Ньютон больше известен как фотограф моды, он с 1970-х годов занимался и портретированием, в основном для Vanity Fair, Stern, американского Vogue. Его портретная галерея составила целый фолиант с 480 страницами, размером 20×28 и весом 66 фунтов.

Несмотря на всю свою скандальную известность, Ньютон

довольно долго оттягивал момент проведения персональной выставки. В первый раз он отважился на это лишь в 55-летнем возрасте. Позже его экспозиции с огромным успехом проходили в Лондоне, Мадриде, Токио, Москве.

Но это не приносило ему особой радости. Уже на закате жизни Ньютон сказал журналистам: «Мне, ей-богу, нечего добавить к мемуарам, которые я накропал в 1982-м. Что я могу сказать о двадцати прошедших с тех пор годах? Что сфотографировал еще тысчонку-другую голых девок и наелся ими так, что они уже не лезут мне в горло? Что зарабатываю еще лучше? Что летаю только первым классом? Вздор! Ничего важного не произошло! Моя жизнь скучна».

Единственным лекарством от скуки в эти последние годы для Хельмута были автомобили. Его личная автоколлекция насчитывала несколько десятков экземпляров, среди которых попадались и весьма дорогие, эксклюзивные. По злой иронии судьбы, именно это последнее увлечение стало причиной его гибели. 23 января 2004 года Хельмут Ньютон выезжал на своем «кадиллаке» с территории Chateau Marmont hotel в Голливуде. Он по привычке «газанул» прямо с места, но не справился с управлением и врезался в стену здания напротив. Его срочно увезли в госпиталь, но там он скончался от полученных травм.

А нам осталась на память огромная коллекция фотографий, которые никому уже не удастся повторить. Поскольку главное в фотоискусстве – не освещение или декорации, а тот, в чьих руках камера.

ПАРФЕНОВА ТАТЬЯНА

(род. в 1956 г.)

Российский модельер украинского происхождения. Основатель Дома моды «Татьяна Парфенова». Обладатель звания Мастера фестиваля «Мастер-класс» (1996 год, Санкт-Петербург); приза «Золотой бизнес» (за самое успешное предприятие по итогам 1996 года); «Серебряной туники» на Неделе Российской моды в Москве (1997 год, за вклад в развитие Российской моды); приза «Блестящие мозги» в номинации «Лучший дизайнер года» (1998 год).

Татьяна Парфенова появилась на свет в украинском городе Полтаве в 1956 году. Однако когда девочке исполнилось восемь лет, она с родителями переехала в Санкт-Петербург, где живет и по сей день. Так получилось, что старшая сестра Танечки была значительно красивее. На ее фоне Таня превращалась в «серую мышку». К тому же, сестра была аккуратисткой с уравновешенным характером, чего нельзя было сказать о будущем модельере… Девчушка постоянно умудрялась где-то выпачкаться или обзавестись лишней дырой на одежде. Да и особым терпением и спокойствием она не отличалась. Тем не менее, родители старались всегда принарядить Таню, чтобы она не чувствовала себя ущемленной.

После завершения среднего образования одаренная девушка поступила в Училище живописи им. В. Серова, которое успешно

окончила в 1977 году. Однако останавливаться на достигнутом Таня не хотела: в мечтах она видела себя кем угодно, но не живописцем… Девушка не чувствовала себя достаточно способной для такой карьеры, но определить окончательно, чем бы хотела заниматься в жизни, долгое время не могла. Интересно, что, несмотря на длительные раздумья по этому поводу, Парфенова… выбрала то, о чем вообще не имела ни малейшего представления! Мода вообще казалась ей чем-то второстепенным и даже ненужным… Тем не менее, жребий был брошен. Впереди у Тани были годы учебы в Московском технологическом институте, диплом которого Парфенова защитила в 1990 году. Теперь она уже не стыдилась встреч со своим преподавателем живописи, не считала, что занимается «низким» делом. Она решила, что ее призвание – дать людям удобную, добротную и износоустойчивую одежду. А будет ли она модной – не важно. Ведь все равно вся одежда давно уже создана! Так стоит ли мудрствовать лукаво? Искусство тогда существовало для Парфеновой словно бы в другой плоскости. И она делала карьеру. Причем фантастически быстро.

Еще будучи студенткой, девушка в 1988 году приняла участие в довольно престижном конкурсе «Интермода», проходившем в Чехословакии, и, неожиданно для всех, стала его лауреатом. То, что успех Парфеновой был все же не случаен, подтвердилось в следующем году, когда Таня стала победителем конкурса молодых дизайнеров в Лондоне. А в начале 1990-х годов к молодому модельеру пришла настоящая известность. В то время Таня стала живо интересоваться художественными и знаковыми аспектами моделирования одежды. Вдохновение дизайнер черпала, прежде всего, в работах русских и европейских художников-авангардистов начала века. Это хорошо прослеживается в проектах Парфеновой «Матиссовская гармония» и «Синее пространство Миро». Кроме того, впечатления от выверенности геометрических объектов стали причиной появления отдельного проекта «Геометрия». Особо интересными оказались серии «Квадраты» и «Линии».

Карьеру модельера Татьяне едва не поломало… замужество. Обзаведясь семьей, Таня решила, что настало время наконец-то посидеть дома, выделить время для рисования и чтения. А поскольку муж Парфеновой не хотел, чтобы его «половина» занималась профессиональной деятельностью, вчерашний мастер с удовольствием устраивала семейный быт, воспитывала ребенка. Быт едва не поглотил ее полностью. Поняв это, Татьяна пошла на первую попавшуюся работу…

Из ателье Парфенову довольно быстро перевели. Теперь она

являлась сотрудником Дома мод. Однако дизайнер снова поменяла работу, устроившись художником-оформителем в галантерейном магазине. Так получилось, что рядом находился отдел тканей. И Таню буквально преследовала мысль о том, что из каждого кусочка материи можно придумать нечто совершенно необычное. Так в жизни Парфеновой настало время для Творчества.

Судьба подарила ей встречу с человеком, основавшим Театр мод. Вскоре Таня получила предложение работать в новом качестве. Правда, театр был довольно бедным, так что модели приходилось сооружать буквально из любых подручных материалов. Но ведь и показывали в нем не те вещи, которые были бы пригодны для повседневной носки! А затем финансовая сторона дела изменилась в лучшую сторону, и в распоряжении Парфеновой оказались хорошие материалы, давшие простор для фантазии. Тогда-то дизайнер задумалась над тем, что, пожалуй, можно попробовать основать собственное дело.

В 1995 году Парфенова решила открыть Дом моды своего имени. Начало данному предприятию было положено в феврале, а уже в апреле в Вильнюсе Татьяна получила из рук председателя жюри международного фестиваля In Vogue Пако Рабанна первую премию «Золотая пуговица» за первую коллекцию нового Дома «Татьяна Парфенова». Спустя год на Неделе российской моды коллекция Парфеновой «Гора Марата» была признана лучшей коллекцией года. Кроме того, одно из платьев на московском конкурсе «Платье года-96» было удостоено Гран-при «Золотая вешалка». Интересно, что данную модель, сшитую из 74 деталей, приобрел санкт-петербургский Государственный Русский музей. Работа Парфеновой вошла в экспозицию отдела новейших течений.

1997 год стал не менее удачным для дизайнера. Так, весной новая коллекция Татьяны, которая называлась «Гарды», с успехом «путешествовала» по многим городам Германии. Особый успех ждал модельера в Гамбурге, где проходили Дни Петербурга. В показах «Гарды» согласились принять участие даже несколько западных знаменитостей модельного бизнеса 1970-х годов. В том же году «плодовитый» дизайнер порадовала своих поклонников также коллекцией с несколько неординарным названием «По дворам ходил китаец». Одна из моделей, входящих в нее, получила приз как лучшее вечернее платье на конкурсе «Платье года-97».

Между тем, появления очередной коллекции – творения Татьяны – долго ждать не приходилось. Вот и осенью 1998-го она к Московской Неделе Высокой моды подготовила яркую и

несколько неожиданную «Демонстрацию», а «Городские подробности» (март 1999-го) вызвали глубокий интерес не только отечественной публики, но и представителей канадского «модного» бизнеса, прессы и публики. И в Оттаве, и в Торонто показы коллекции Татьяны собирали полные залы.

Кроме чистого творчества «Татьяна Парфенова» занимается и вполне житейскими делами. Так, Дом моды российского дизайнера принимает заказы на разработку фирменного стиля одежды для крупных компаний. Например, на его счету – костюмы для приемной службы петербургского гранд-отеля «Европа», фирменный стиль и униформа персонала отеля Baltchug Kempinski.

Наконец Парфенова решила, что пора попробовать свои силы в серьезном европейском конкурсе. Специально для профессиональной выставки Salon Prêt-a-Porter, проводившейся в Париже в сентябре 1999 года, Татьяна готовила коллекцию «весна/лето-2000». Работы русского дизайнера были представлены в секторе «La Boutique» и вызвали серьезный интерес со стороны специалистов с мировыми именами. Модели российского дизайнера приняли участие в дефиле Салона, что само по себе говорит об их качестве. А в ноябре работы Парфеновой из коллекции «Турмалин» произвели фурор на подиуме на VI Неделе Высокой моды в Москве. На сей раз Татьяна представила на суд зрителей совершенно невероятную смесь этнических мотивов нескольких народов: бурятского, чувашского и татарского. Для создания «Турмалина» Дом «Татьяна Парфенова» использовал исключительно качественные, дорогие ткани, которые прошли ручную обработку. Шелк, хлопок, гладкая шерсть и синтетика смотрелись просто великолепно. А деловые жакеты коллекции сильно напоминали трикотажные кофты, утратив часть своей чопорной деловитости и разом обретя комфортность. Для придания колорита модели Парфеновой стилизованы под старину и обильно украшены бисером, вышивкой и блестками. Некоторые изделия поразили зрителей тем, что несут на себе вышитые гладью композиции, повторяющие работы авангардистов (например, «Черный квадрат» Малевича или «Мэрилин Монро» Уортхола). Всего в «Турмалин» входили 44 модели. Экспертный совет Недели моды признал, что Парфенова является безусловным лидером показа, и вручил дизайнеру главный приз «Золотой манекен». Эта награда сделала мастера полноправным членом Ассоциации Высокой моды.

В январе 2000 года Татьяна вновь отправилась на французский Салон – теперь уже с новой линией аксессуаров. Одновременно ее Дом моды начал серийный выпуск вечерней и

деловой женской одежды и готовиться к созданию следующих коллекций. И «Новое тысячелетие» (2001 год), и «Мушка» (2002 год) оказались не менее успешными, чем предыдущие работы Парфеновой.

На нынешний момент для Дома Парфеновой стало традицией ежегодно выпускать две сезонные и две промежуточные коллекции. Каждая из них по-своему интересна и свежа. А ведь работают в Доме всего 40 человек! Непонятно, когда Татьяна и ее сотрудники находят время для того, чтобы еще готовить костюмы для театра и кино. Но тем не менее, Парфенова является художником по костюмам 2-й и 3-й серий фильма «Зимняя вишня» (реж. И. Масленников); костюмов для фильма «Цирк сгорел, клоуны разбежались» (реж. В. Бортко); костюмов к спектаклю Большого драматического театра им. Товстоногова «Калифорнийская сюита» с участием А. Фрейндлих и О. Басилашвили.

Работы Татьяны часто можно увидеть на многочисленных выставках. Например, модели Парфеновой стали привычными экспонатами «Гардероппа» – художественной выставки современных карнавальных костюмов в Манеже (Санкт-Петербург), выставки новых поступлений Отдела новейших течений Русского музея, а также многих других подобных мероприятий.

Сегодня заказывать одежду у Парфеновой считается хорошим тоном среди самых известных людей Москвы, Санкт-Петербурга, Парижа. В числе клиентов Татьяны немало политиков и бизнесменов, актеров и звезд шоу-бизнеса, журналистов и художников. Людей привлекает, прежде всего, тот факт, что Парфенова всегда считается с тем, чего хочет клиент, никогда не навязывает собственное мнение. Она лишь ненавязчиво советует, а окончательный выбор остается за заказчиком. А это, согласитесь, редкий дар для столь маститого мастера. Насколько же надо быть талантливым, чтобы не стать диктатором?!

ПАТУ ЖАН

(род. в 1887 г. – ум. в 1936 г.)

Родоначальник спортивной моды. Он первым оголил женские ножки, осмелившись укоротить юбку до середины икры. Ему принадлежит патент на изобретение ленты для волос, особенно широко используемой в большом теннисе. Без него не было бы современного спортивного стиля в том виде, в каком мы его знаем. Впервые единственным украшением (аксессуаром) одежды сделал собственную монограмму. Создатель одного из самых модных и престижных парфюмерных домов. По названиям его духов можно проследить историю почти всего XX века. Создатель самого дорогого аромата в мире. Несмотря на доминирование спортивного стиля в творчестве кутюрье, его клиентками были почти все европейские принцессы того времени и целое созвездие американских звезд – Мэри Пикфорд, Пола Негри, Луиза Брукс. Кроме того, именно Пату сделал престижной профессию модели.

Современную жизнь, как повседневную, так и великосветскую, трудно представить без спортивной одежды. Она давно уже из специализированной превратилась в просто исключительно практичную и удобную. Попробуйте найти сейчас хотя бы один модный бренд без спортивной линии. А ведь буквально век назад ни о чем подобном и речи не шло. Более того, спортивного стиля в моде и вовсе не существовало. Сегодня

же стоит только открыть газету, и сразу прочтешь о каком-либо многомиллионном рекламном контракте очередной звезды ринга, корта или трассы. Количество фешенебельных магазинов спортивной одежды и обуви вполне сопоставимо с числом других бутиков. С наступлением XX века резко возрос темп жизни, скорости. Чтобы поспевать за быстро меняющейся реальностью, необходимо было постоянно находиться в форме. Спорт из развлечения и досуга превратился в стиль жизни. Модельеры, конечно, не могли не отреагировать на подобные перемены. Как удачно выразился один журналист: «Первым счет открыл француз – Жан Пату».

Неизвестно, мечтали ли его родители, что сын продолжит семейное дело, или нет. Жан Пату родился на северо-западе Франции, в изумрудно-зеленой Нормандии. Как бы то ни было, легкомысленное дитя состоятельного меховщика избрало своим делом модный бизнес. Помогли ли родные начальным капиталом или нет – история умалчивает. Однако в 25-летнем возрасте Жан открыл в столице свой первый бутик «Мезон Пари». Как бы дальше развивались дела у него, неизвестно, поскольку грянула Первая мировая войне, и, подобно многим своим сверстникам, он был призван в армию. Судьба уготовила молодому человеку попасть в один из самых элитных корпусов, в зуавы. Воевать пришлось в Дарданеллах долго и тяжело, что не могло не закалить характера Пату. В Париж вернулся уже совсем не тот легкий и возвышенный юноша, который когда-то уходил на фронт. Это был мужчина – волевой, твердо уверенный в своей цели и готовый ее добиться. А хотел он продолжить начатое дело. В 1919 году на столичной улице Сен-Флорен состоялся показ первой коллекции Пату.

То было время острой конкуренции в моде. Кто первый сумеет предугадать намечающиеся тенденции и потребности, тот и станет лидером. Две удивительные женщины, два модельера – Эльза Скиапарелли и Коко Шанель – соревновались так, что, казалось, уже ни для кого не найдется места на этом поле. Экспрессивная раскованная итальянка избрала путь сюрреалистических новшеств. Более строгая и спокойная француженка производила революцию в классическом стиле. Жану Пату удалось сотворить невозможное – найти в этой «битве гигантов» свою нишу. Помогли ему в этом довоенные связи и приобретенный на фронте жизненный опыт. Упор был сделан на придание максимального удобства вещам, являющимся неизменными атрибутами состоятельного класса. Телевидения в то время еще не существовало, кинематограф только начинал свое шествие по миру, а вот спорт, и без того популярный,

продолжал укреплять свои позиции. Достаточно вспомнить о возобновлении Олимпиад.

Среди других видов спорта теннис всегда занимал несколько привилегированное положение. Во первых – в него могли играть представители обоих полов, а во вторых – он пользовался огромной популярностью у аристократии. Барышни даже посвящали ему музыкальные произведения, а у Дягилева балерины выходили на сцену с теннисными ракетками. Как говорится, то, что нужно.

Жан Пату идеально выбрал время, место и объект применения своих талантов. Модельер числился исключительным сердцеедом, и среди его знакомых была масса хорошеньких женщин. Дружил он и со знаменитой теннисисткой того времени Сюзан Ланглан. Именно она и произвела сенсацию, выйдя на корт в костюме от Пату: плиссированная белая шелковая юбка для игры в теннис, достигающая всего середины икры, белый же кардиган без рукавов и ярко-оранжевая лента, поддерживающая волосы. Кстати, это была первая специализированная (для определенного вида спорта) спортивная одежда. В ней Ланглан и выиграла Уимблдон в 1921 году.

Очередная бомба разорвалась во время Парижских Олимпийских игр 1924 года. Для очередной демонстрации своей коллекции Пату привез моделей из Нового Света. Собственно, это были шесть девушек из самых лучших американских фамилий, которых он убедил сотрудничать и обучил правильно двигаться и смотреть. Они разительно отличались от француженок и вместе с надетой на них одеждой произвели фурор. Жан Пату был первым кутюрье, отказавшимся от аксессуаров. Единственным стилистическим украшением была его личная монограмма, все остальное он называл «ничто». Он предпочитал геометрические рисунки и линии, а еще разнообразную вышивку. Формы же должны были быть обтекаемыми, то есть максимально удобными. Знаменитые свитера в сине-белую полоску, джемпера и пуловеры с легкой руки дизайнера становились пристойной городской одеждой. Особенно его стиль пришелся по душе женщинам за океаном, которые не были настолько зажаты условностями, как европейские. В 1926 году одна нью-йоркская журналистка назовет Пату «единственным французским модельером, обладающим американским менталитетом».

В своем творчестве дизайнер ориентировался, прежде всего, на элиту. На таких, как это ни печально звучит, прожигателей жизни, беззаботных повес, в первую очередь думающих о своем удобстве и производимом впечатлении. Сам элегантный красавец, любимец женщин, Пату доказал, что и спортивный стиль может

занять достойное место в гардеробе каждой модницы или денди. «Мои модели придуманы для занятий спортом. Я делаю одежду, на которую так же приятно смотреть, как и носить, и которая позволяет полную свободу движений… Спорт, как вы можете заметить, оказывает огромное влияние на моду для женщин, так, свитера сейчас столь же актуально носить вечером, как и днем», – утверждал Пату. В Париже на первом этаже собственного дома он открыл магазин «Спортивный уголок», где можно было найти все для наиболее популярных в то время видов спорта и отдыха. Это были, конечно, теннис, плавание, гольф, верховая езда, лыжи и рыбная ловля. Кроме того, прекрасно понимая, что высший свет предпочитает отдых на каких-нибудь Лазурных берегах, модельер обращает свой взор на купальные костюмы. Магазин, целиком специализирующийся на одежде для пляжа, открывается в Довиле. Стоит отметить, что Пату разделил в своем творчестве создание профессиональных купальных костюмов и купальников для тех, кто в них больше демонстрирует себя и загорает. Причем, кроме дизайна, его интересовало качество ткани и возможность сделать ее наименее восприимчивой к воздействию морской соли.

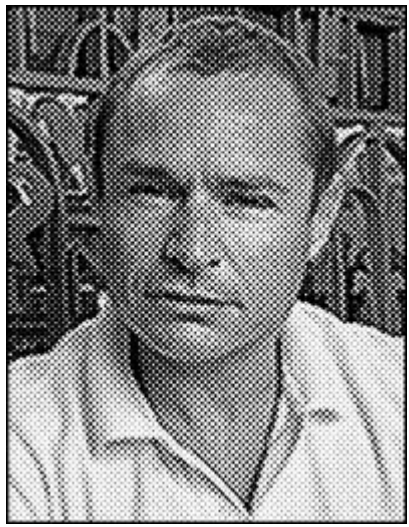
Подвижный образ жизни неразрывно связан с ароматом тела. Прекрасно понимал этот принцип и Жан Пату. Парфюмерная линия его Дома – одна из самых известных и популярных в мире. В ее духах, как в зеркале, отражается вся история прошлого века. Как большой любитель женщин, он не мог разменяться и первыми выпустил в 1925 году сразу три аромата – для брюнеток, для блондинок и для рыжих. Соответственно Amor-amor («Любовь-любовь»), Que sais-je? («Что я знаю?») и Adieu Sagesse («Прощай, благоразумие»). Потом духи выпускались практически каждый год. Одни отмечали крах нью-йоркской биржи, другие – первые оплачиваемые отпуска, третьи (одноименные) вручались первым пассажирам парохода «Нормандия» и т. д. Особо следует отметить Le Sien («Его») – первые в мире духи как для мужчин, так и для женщин, и, конечно же, Joy («Радость»).

Самое удивительное – это то, что, с учетом времени, когда он был выпущен, и его цены, этот аромат стал так популярен. Шел 1930 год. Великая Мадемуазель уже изобрела свои легендарные «Шанель № 5», мир еще не оправился от потрясения недавнего биржевого краха, и тут Жан Пату предлагает «самые роскошные духи в мире». Он задумал создать неповторимый шедевр парфюмерного искусства – для «изгнания дьявола мировой депрессии». Надейся, когда уже нет сил, и радость вернется, как бы хотел сказать автор. Хотя, говорят, название этих духов происходит от имени одной из американских клиенток Пату.

Только самые натуральные, самые дорогие компоненты использовались в их производстве (около 100 редких и ценных эссенций). Жасмин с полей Грасса, майская и болгарская розы доминируют в их неповторимом цветочном букете. Чтобы получить только одну унцию экстракта, необходимо около 11 тысяч цветов. Непосредственным автором состава был парфюмер Анри Альмерас. Флакон духов изготовлялся из цельного хрусталя, как последнее доказательство их принадлежности к квинтэссенции роскоши. Остается добавить, что с 2001 года парфюмерная линия Jean Patou принадлежит компании Procter & Gambl. Возглавляют ее Ги и Жан Моюи, внучатые племянники мастера (сам Пату никогда не был женат).

К сожалению, как это было почти со всеми крупными Домами моды, с уходом отцов-основателей они попадали в чужие руки. Не миновала эта участь и детище Жана Пату. Но когда в нашумевшем американском фильме «Чего хотят женщины?» мы видим девушку, бегущую навстречу своей свободе и раскованности, мы знаем, что первый шаг помог ей сделать именно он.

ПЕШО ТОМ



Один из самых модных визажистов мира, жизнь и график работы которого расписаны буквально по минутам на много лет вперед. Мастер, работающий над созданием оригинального макияжа для Ralph Lauren, Valentino, Prada, Ungaro и многих других Домов моды. Не так давно Пешо принял предложение участвовать в создании новой линии декоративной косметики и разработке сезонных коллекций от ведущей мировой марки Shiseido. Этот визажист работал со многими кумирами публики – такими как принцесса Диана, Лиз Херли, Мадонна, Шер, Николь Кидман. Каждое его творение практически гарантированно становилось культовым событием.

Том Пешо – признанный авторитет в вопросе визажа для всех мировых знаменитостей. Известные манекенщицы буквально сражаются за очередь на прием к маэстро. Звезды кино и эстрады – от Николь Кидман и Мэг Райан до Миуччии Прада и Мадонны – считают этого мастера своим кумиром. И для такого отношения имеются все предпосылки; то, что каждый визажист должен стараться создать максимально привлекательный образ своего клиента, известно всем. Но почему-то результат деятельности мастера и его стремление сделать женщину красивой «стыкуются» далеко не всегда… Немногие способны учитывать не только модные тенденции, но и особенности черт лица и характера каждого конкретного человека, его видение самого себя. Пешо в этом случае является, можно сказать, образцом того, каким же

должен быть настоящий визажист, – не ремесленником, а художником по призванию.

Свою карьеру Том начал именно с желания подчеркнуть красоту и индивидуальность каждой своей клиентки. В дальнейшем этот принцип ни разу не подводил мастера. Модели очень любят работать с Томом, поскольку, в отличие от подавляющего большинства коллег по профессии, он подходит к своему делу как к творчеству, каждый раз вкладывая в макияж частичку своей души. Такое отношение сразу же ощущается: клиентки Пешо после наложения макияжа получают «заряд», помогающий им буквально царить на подиуме. Манекенщицы, средний возраст которых составляет 18–24 года, как правило, довольны своей внешностью, и, как все остальные девушки – их ровесницы, испытывают явно повышенное стремление нравиться. Так что визажисту непросто угодить красавицам: от него ждут не только подкрашивания губ или ресниц, а выявления и подчеркивания достоинств внешности и характера. Том Пешо с этим непростым делом справляется отлично – его клиентки всегда уверенно держатся перед камерой и на подиуме.

Вдохновение, фантазия и доскональное владение техникой позволили мастеру подарить нам новые представления о красоте человека, об эстетике, в конце концов новое видение прекрасного. Благодаря деятельности Пешо границы возможностей в макияже значительно расширились. Например, для Valentino маэстро придумал так называемые «темные глаза» – чрезвычайно выразительные, загадочные и сексуальные, а для Miu-Miu – розовую подводку для век, которая подчеркнула чувственность создаваемого образа, но, тем не менее, избежала эпатажности.

Если сравнивать с царившим в 1990-е годы в макияже мрачным эстетством, то Пешо старается сделать новое тысячелетие эпохой цветущей женской красоты. Работы мастера в этом направлении вызывают законный интерес как в среде профессионалов, так и среди широкой публики: некоторые его приемы прекрасно подходят не только для подиумов, но и для бытового применения. Клиенты этого специалиста соглашаются изменить себя, доверившись его рукам, – кто легко, кто по некотором раздумье. Пожалуй, в этом плане Пешо проще всего работать с Мадонной: по словам визажиста, эта звезда как никто другой предана своей профессии, является «легкой на подъем» и потому с радостью идет на любые эксперименты с собственной внешностью. К тому же, несмотря на утверждения злых языков, работа с Мадонной – отнюдь не каторга. Звезда, конечно, очень требовательна (еще бы!) и имеет ряд принципов, в разрез с которыми идти ни за что не будет. Зато певица никогда не

старается повлиять на творческую индивидуальность мастера, в данный момент работающего с ней. Вся же сложность заключается в том, что Мадонна – настоящий профессионал, и посему в ее оценке напрочь отсутствуют понятия «сойдет», «ничего», «неплохо» и даже «хорошо» и «очень хорошо». Она требует только отличного качества работы, гарантировать которое могут, понятно, далеко не все мастера – даже самые известные.

Впервые Том Пешо столкнулся с Мадонной при создании видеоклипа Ray of Light; именно тогда певица отказалась от «налета» имиджа Мэрилин Монро и Марлен Дитрих, заявив, что наконец хочет быть самой собой: этаким женским воплощением Паффа Дэдди – сияющей, осыпанной бриллиантами, загорелой, обаятельной, пронизанной солнечным светом.

Больше всего Пешо злит, когда люди начинают воспринимать макияж как ежедневное рутинное занятие и берутся за декоративную косметику «без огонька» и вдохновения, буднично, скорее по привычке (либо по необходимости). «Макияж не должен превращаться в подобие чистки зубов!» – предупреждает мастер. Только тогда вместо стандартного и далеко не всегда удачного облика человек может создать свой, неповторимый имидж, способный принести чувство глубокого удовлетворения и ощущение полета. Так что Пешо поддерживает тех женщин, которые постоянно стараются пробовать новую косметику, чаще менять цвет помады и не боятся ярких ее цветов и необычных оттенков теней для век.

Интересно, что знаменитый визажист, в отличие от многих своих коллег, не только не требует буквального копирования модных тенденций, но и… считает такой подход в корне неправильным! В случае слепого подражания образцам, полагает он, люди просто превращаются в жертву моды – яркую, но абсолютно безликую. Вместо «клонирования» понравившегося имиджа каждая женщина, по мнению Пешо, должна добиваться создания неповторимого, индивидуального образа, находя для себя оптимальные цветовые сочетания. Так что мастер предупреждает: эксперименты экспериментами, а кардинально менять свой макияж каждый сезон, стараясь «вместить» в него все технические и цветовые новинки, – совершенно излишне. Вместо того чтобы отказываться от оттенков, которые клиентке очень идут, Пешо советует ей дополнить оптимальную гамму цветов парой модных. Таким образом, женщина будет выглядеть не эпатирующее, а стильно. Противникам же подобного подхода визажист напоминает, что люди его профессии ни в коем случае не должны становиться диктаторами, предлагая клиентке то

решение, которое ей заведомо не идет, – только потому, что оно является «писком» моды. Сам маэстро умудряется во время работы на одном показе не делать одинаковый макияж даже двум моделям!

Похожий стиль творчества характерен еще одной звезде мира моды – знаменитому парикмахеру Орландо Пите. Неудивительно, что оба мастера вскоре после знакомства стали сотрудничать, а затем их совместная работа переросла в настоящую дружбу. И Пешо, и Пит никогда не согласятся на создание сильного макияжа или сложной композиции там, где они неуместны. Если клиентке больше идет простая прическа или легкие, естественные тона, просить Пешо и Пита сделать нечто экстраординарное – занятие абсолютно безнадежное. И в этом вопросе мастера абсолютно правы: их работы – яркое свидетельство хорошего вкуса, богатой фантазии, высокого технического мастерства, ну и, по большому счету, дара психологов.

Интересно, что, несмотря на «звездность» Тома, ассистенты его очень уважают и любят за великолепное чувство такта и умение творить и анализировать с юмором. Пешо никогда не позволяет себе «сорваться» на помощников, повысить на кого-то голос. Видимо, выработке способности спокойно и разумно оценивать происходящее способствовал собственный негативный опыт визажиста: еще работая ассистентом у признанных мастеров, он усвоил, что публичные выговоры не только унизительны, но и могут привести к потере индивидуальности, стремления совершенствоваться. «Никогда не надо ни на кого кричать. Кому это нужно? Даже после показов, если что-то прошло не совсем удачно. Представьте, как мимо проходят модели, еще не успевшие снять накладные ресницы и парики, а вы распекаете кого-нибудь на все лады. Это сразу создает напряженность», – предупреждает коллег Пешо.

Визажист всегда любил использовать в своей работе косметические средства от Shiseido. Поэтому он с охотой согласился сотрудничать с любимой фирмой. Позднее Пешо говорил, что эта компания недаром считается одной из лучших в мире: за популярностью стоит упорная работа многих прекрасных специалистов, влюбленных в свое дело, умеющих быстро реагировать на изменения моды и тонко чувствовать окружающих. К тому же, Shiseido располагает великолепными лабораториями и новейшими технологиями, что позволяет ей выпускать поистине потрясающую продукцию. Так что вскоре после выхода первой новинки Пешо заявил: «В Shiseido нуждались лишь в моей небольшой поддержке».

Этот визажист, можно сказать, находится в постоянном

поиске. Кардинальное изменение и усовершенствование классической гаммы помады, теней и туши для этого фанатика своего дела – незначительный рабочий эпизод. Когда ему не хватает каких-либо средств или имеющиеся в его распоряжении образцы декоративной косметики не отвечают требованиям маэстро, он… просто изобретает все необходимое! Именно таким образом на свет «родились» ретуширующий карандаш и выравнивающая кожу база, питающая губы стойкая помада и светящаяся трехцветная пудра, разноцветный айлайнер и жидкая подводка-ручка, а также многие другие средства, разработанные Пешо для Shiseido и ныне взятые на вооружение практически всеми визажистами. Все новинки – своего рода уникумы, полностью соответствующие потребностям современных женщин. При этом у косметики, созданной Пешо, есть одно несомненное достоинство: пользоваться ею могут не только профессионалы, но и обычные люди. Мастер вообще считает, что выпуск строго профессиональных средств, недоступных «простому смертному», – явный нонсенс. Ведь вся индустрия моды вообще и декоративной косметики в частности рассчитана именно на интерес со стороны широких масс. «Иначе для чего они существуют?» – недоумевает визажист.

ПРАДА МИУЧЧИА

(род. в 1950 г.)

Итальянская фамилия Прада стала синонимом высококачественной одежды, обуви и аксессуаров. Миуччиа Прада, продолжательница дела, основанного еще ее дедом, сегодня – один из самых успешных и богатых модельеров мира. В рейтинге журнала Time знаменитый итальянский дизайнер вошла в список тридцати самых влиятельных женщин мира; популярная газета The Wall Street Journal также включила ее имя в тридцатку самых влиятельных женщин европейского бизнеса. А фирма Prada, основанная в начале XX века, к началу XXI является одной из самых модных торговых марок. Дом моды выпускает продукцию класса «люкс» – начиная с коллекций модной одежды и заканчивая аксессуарами и косметикой.

Дом моды Прада был основан в 1913 году в Милане Марио Прада как небольшое предприятие по производству изделий из кожи. Фирма выпускала роскошные женские сумочки, дорожные сумки и чемоданы, а также аксессуары из кожи. Первый магазинчик Прада, открывшийся накануне Первой мировой войны, сохранился до наших дней и сейчас входит в знаменитые «Галереи Витторио Эммануэля II». Компания быстро завоевала любовь покупателей, и вскоре имя Прада становится символом элегантной и практичной роскоши.

Шли годы, семейное предприятие Прада все так же занимало скромную нишу в пошиве галантереи для богатых клиентов. В 1958 году компания перешла к Луизе – дочери Марио Прада. Фирма оставалась скромным предприятием, когда в 1978 году ее возглавила Миуччиа Прада, унаследовав далеко не блестящее дело от матери. За 20 предыдущих лет под руководством Луизы семейное дело Прада пришло в упадок, а финансовое положение грозило банкротством. Поэтому Миуччии нужно было найти что-то новое и оригинальное, чтобы спасти семейный бизнес. И новый дизайнер совершила буквально революционный прорыв в большую моду, заставив через семь лет заговорить о Прада весь мир.

Миуччиа Прада родилась в 1950 году в Милане. Она не планировала с детства заниматься семейным бизнесом – у девушки были совсем другие увлечения. Миуччиа училась в Миланском университете, параллельно осваивая театральные премудрости в школе драмы. Активно боролась за права женщин, вступила в коммунистическую партию. К тому же серьезно изучала общественные науки, защитив докторскую диссертацию по политологии.

Получив на руки в наследство от матери Модный дом, Миуччиа активно начинает действовать в двух направлениях – как дизайнер и как менеджер. В 1978 году она подписывает эксклюзивное соглашение с Патрицио Бертелли, владельцем компании I Pellettieri d'Italia, о производстве и продаже изделий из кожи под торговой маркой Prada. Спустя 10 лет, в 1988 году, деловые отношения переросли в семейные.

Союз делового и богатого промышленника с талантливым и активным модельером резко изменил имидж небольшой фирмы. В 1985 году весь Милан потрясла новая коллекция «старой доброй» Прада. На рынок были «выброшены» необычные сумки и городские рюкзаки из черного водонепроницаемого нейлона, который использовался в итальянской армии для пошива парашютов. Ноу-хау сразу оценила молодежь. Стильные и практичные, а главное, демократичные, сумки буквально «улетали» с прилавков небольшого магазина. Умеренная, буржуазная Прада, серебряный треугольник которой в течение многих лет служил признаком хорошего тона, бросила вызов обществу.

Окрыленная успехом Миуччиа в 1988 году представила свою первую коллекцию женской одежды «весна/осень-1989». Она и здесь произвела революцию стиля, предлагая свой оригинальный взгляд на вещи. Суровые четкие линии моделей, «элегантный минимализм», отличавшие новую коллекцию, шли в противовес

установленным «хипповским хитам». Прада добилась своего: ее заметили и оценили. Хотя, кроме восторгов поклонников, на дизайнера обрушилась жесткая, а порой даже и жестокая критика. Ее называли «модельером, который шьет униформу для ущемленных в гражданских правах».

Через четыре года, в 1992 году, Прада выпустила новую потрясающую молодежную коллекцию Miu-Miu. Детское прозвище Миуччии, которым была названа линия одежды, стало известно всему миру. В этом же году дизайнер выпустила и первую мужскую коллекцию.

Успех коллекций был настолько ошеломляющим, что в 1993 году Миуччиа Прада была удостоена престижной Международной награды дизайнеров моды Америки (International Award of Fashion Designers of America) – за высокое мастерство, качественные и стильные модели, сшитые из хороших тканей. Чтобы получить такую премию, имея всего две большие коллекции одежды, нужно было действительно поразить мир моды своей оригинальностью. Завоевывая покупателей, Дом моды расширяет сеть своих магазинов. После американской премии в 1994 году появляются бутики в Нью-Йорке и Лондоне.

Но настоящую всемирную известность дизайнеру принесла ее скандальная коллекция «Дурной вкус» (Bad Taste), выпущенная в 1995 году. «Я делаю уродливые платья из уродливых тканей», – заявила Миуччиа, которая, как всегда, оказалась на пике моды. Она попала в струю «антимоды», увлекшую молодое поколение середины 1990-х годов. Уродливая одежда от Прада – зелено-оранжевые нейлоновые блузки, брюки цвета грязи, декоративные узоры 1950-х годов – стала копироваться по всему миру.

Дизайнера наконец замечает и Голливуд. На церемонии вручения премии Американской киноакадемии «Оскар-95» в нарядах от Прада появляются две молодые популярные актрисы – Ума Турман и Дрю Бэрримор. Прада вошла в узкий круг «новой элиты» – ее вещи считаются обязательными в гардеробе элиты «поколения Х».

Миуччиа Прада не перестает удивлять мир своими новыми моделями, в которых элегантная роскошь граничит с эпатажем, классика соединена с авангардом. В 1997 году коллекция в стиле Suzie Wong – топы в изящный мелкий рисунок, куртки цвета хаки. В 1998 году Миуччиа разработала модели в «прозрачном стиле» 1920-х годов. Модельер всегда идет вразрез с общими тенденциями моды. В то время, когда остальные модельеры представляли вниманию публики длинные юбки и вязанные толстые свитера, Прада решила одеть своих клиентов в легкие и прозрачные сексуальные наряды. «Мне до смерти надоели люди,

которые говорят, что я не могу сделать сексуальную одежду», – так прокомментировала Миуччиа свою коллекцию. Или, когда большинство дизайнеров считает обнаженность сексуальной, Прада демонстрирует чувственность закрытых шелковых блузок.

Модельер очень любит экспериментировать с тканями, и угнаться за полетом ее фантазии не просто. В 2000 году «революцию в моде» произвела ее ткань с сюрреалистическим набивным рисунком в виде ярко-алых и черных следов от поцелуев. Затем следовала «ткань» из латекса с кусочками зеркала и стекла, модели из которой ужасно смотрятся на вешалках, но просто и комфортно носятся. В 2002 году Прада принялась за «золотые ткани» – расшитые золотом шелка, которые можно изготовить только на ткацких станках времен Третьей империи. Коллекция одежды их этой ткани, как всегда, разрушила стереотипы «золотой роскоши». «Я хотела, чтобы золото выглядело весело и по-молодежному, не так, как будто оно создано для ничем не занимающихся богачей». У Прады далеко идущие планы по придумыванию новых тканей: «Мечтаю создать легкое шифоновое платье, которое могло бы согреть и в самую суровую зиму».

Дизайнер и модельер – это одна сторона ее деятельности, другая сторона – серьезный бизнес. Миуччиа хорошо изучила маркетинг и менеджмент, ее экстравагантные идеи на самом деле взвешены и тщательно просчитаны. Во всем, что связано с бизнесом, ей помогает супруг и деловой партнер Патрицио Бертелли. В 1995 году супруги официально объединили свои «вотчины» – фабрики, магазины и Дом моды. А в 1996 году на их основе создается холдинг Prada Holding BY, который сейчас является одним из крупнейших в мировой моде. Предприятие постепенно расширяет границы своей деятельности – в 1997 году запускается линия спортивной одежды, в 1999-м – линия косметических средств по уходу за кожей, где Миуччиа сама разрабатывает упаковку для кремов и бальзамов. В 2000 году Прада начала выпуск солнцезащитных очков.

Благодаря деловому чутью Бертелли объем продаж Дома моды Прада с 50 миллионов долларов в 1990 году к 2000-му увеличился до 1,5 миллиарда долларов. А холдинг владеет 306 магазинами под именем Prada по всему миру. Но это еще не все – компания расширяется, покупая знаменитые Дома мод, при этом гарантируя им творческую независимость. В 1999 году группа Prada приобрела 51 % акций Дома моды Helmut Lang; в 2000 году были куплены 100 % акций Дома моды Аззедина Алайя. В то же время был приобретен Дом моды Жиль Сандер, торговые марки Genny, Byblos, британская фирма по производству обуви Church &

Co. Холдинг увеличивает свою долю акций у главного соперника, Дома моды Гуччи.

В 2004 году группа Prada пересмотрела некоторые свои инвестиционные проекты. Были расторгнуты контракты с Хельмутом Лангом и Жиль Сандер как с модельерами, «не принесшими своему основному акционеру ни цента прибыли». По этой же причине приостановлена линия марки Genny. Основные капиталовложения холдинг вкладывает в развитие своего Дома моды.

У Миуччии есть еще и третья сторона активной деятельности. В 1993 году она основала «Фонд Прады» – галерею современного искусства, для поддержки и финансирования молодых талантливых художников. На вернисаже постоянно выставляются самые оригинальные картины, а основательница называет свое детище «наибольшей интеллектуальной провокацией нашего времени». Несмотря на некоторые разногласия с «зелеными», Прада является членом природоохранного общества 200 del Fai.

Миуччиа Прада многолика, талантлива, неординарна… Но все же основной секрет ее успеха – невероятная требовательность к себе. Она утверждает, что может по несколько раз переделывать модели, пока не добьется желаемого результата. А постоянное самокопание не позволяет ей заболеть «звездной болезнью».

На очередном дефиле скромная и застенчивая Миуччиа, как всегда, на несколько секунд выглянет на сцену из-за кулис и исчезнет, чтобы поскорее окунуться в работу. Ведь муза посещает ее только в мастерской с эскизами и выкройками, где дизайнер не сидит сложа руки. Наверняка у нее уже созревают десятки новых безумных идей.

ПУАРЕ ПОЛЬ

(род. в 1879 г. – ум. в 1944 г.)

Один из создателей Высокой моды и величайший модельер своей эпохи. Благодаря ему женщины навсегда избавились от корсета. Рубашечный покрой платья, предложенный Пуаре, в несколько измененном виде используется и в наши дни. Пуаре Великолепный – так называли его в начале XX века в Париже. И Поль полностью оправдывал свое звание. Он создавал моду, формировал вкусы и пристрастия, закатывал грандиозные вечеринки, о которых говорят столетие спустя, дружил с известными художниками. Пуаре был одним первых модельеров, которые стали путешествовать с показами мод по Европе. Его имя неразрывно связано с театром. Пуаре первым из европейских модельеров обратил свой взор к Востоку: тюрбаны, красочные восточные наряды, стилизованное кимоно – это все те немногие идеи Пуаре, которые дополнили одежду женщин.

Любимым занятием юного парижанина Поля Пуаре – сына торговца тканями, занимающегося в иезуитском училище, были походы на цветочный рынок, где он мог часами созерцать недолговечную красоту лилий, ромашек, фиалок, заполнявших корзины многочисленных торговок. А еще он рассматривал витрины модных магазинов, расположенных на улице Мира. Семейство Пуаре проживало недалеко от Лувра, куда юноша

также любил захаживать. А вечерами Поль рисовал наряды, напоминающие туники и непохожие на платья, которые носили француженки. В классическую простоту греческого одеяния мальчик влюбился еще на уроках по античной истории у святых отцов.

В 1896 году отец Поля послал эскизы сына одному из законодателей тогдашней моды Жаку Дусе, и вскоре модельер пригласил 17-летнего юношу к себе на работу в качестве помощника. Работая у Дусе, Пуаре создавал сценические костюмы для Режан – одной из самых известных актрис Парижа, уступавшей славой только Саре Бернар. Пуаре признается в своих мемуарах, что он «въехал в моду на плечах Режан». Как бы то ни было, в дальнейшем эта звезда сцены с удовольствием носила наряды, созданные модельером, и в повседневной жизни.

В 1901 году Поль перешел на работу в Модный дом Ворта, который после смерти основателя Чарльза возглавили его сыновья Гастон и Жан. Но через два года Полю становится тесно у Вортов, и в 1903 году он при финансовой помощи матери основывает собственный Модный дом. Одаренность и энергия Пуаре привлекали к нему многих талантливых людей его эпохи. С ним работали художники-фовисты[2] Рауль Дюфи и Вламинк, иллюстраторы Жорж Лепап, Поль Ириб, Эрте и многие другие. Модельер позволял себе самые смелые эксперименты. На смену приглушенным, «неврастеническим» тонам платьев, характерным для стиля «модерн», он предложил яркие краски: алый, лимонно-желтый, цвет морской синевы, светло-синий. Модельер считал, что одежда должна повторять очертания тела. Несколькими десятилетиями ранее Чарльз Ворт отменил кринолины. Пуаре пошел дальше в разрушении традиционных форм одежды. Он навсегда отказывается от корсета, предлагая взамен рубашечный покрой платья с опорными точками на плечах и на бедрах. В 1906 году Пуаре разработал простое узкое платье, линия талии которого располагается под грудью. Дениза, на которой модельер женился в 1905 году, выходила в свете в нарядах, придуманных для нее любимым супругом. Вслед за мадам Пуаре некоторые дамы отважились надеть свободные платья, которые не требовали ношения корсета. Поначалу это вызывало пересуды и недоумение, но уже в январе 1907 года журнал «Вог» отметил, что появился новый стиль, который отличается «естественной грацией». Врачи смогли облегченно вздохнуть: корсет, с которым они боролись столько лет, наконец-то канул в прошлое. Вместе с платьями изменяется и нижнее женское белье: появляется бюстгальтер, чулки черного цвета заменяются телесными, панталоны укорачиваются и превращаются в первое подобие трусиков. Пуаре

избавил женщин от многочисленных кружевных нижних юбок, придав фигуре более естественные очертания, и укоротил длину платьев до щиколотки.

Несомненно, 1907–1914 годы – время наибольшего расцвета и признания таланта Пуаре. «Я не ждал, пока мой успех вырастет сам по себе. Приходилось безумно много работать… Все, что способствовало успеху, казалось мне пригодным. В Париже он был обеспечен. Я захотел привлечь внимание Европы и всего мира», – вспоминает в своих мемуарах модельер. Весенним утром 1910 года из Парижа выехало два автомобиля, в которых находились 9 красивых девушек, одетых в одинаковые темно-синие костюмы-тайер и пальто. За рулем одного авто находился Пуаре, а другим управлял его помощник. Так началось турне маэстро по городам Европы. Берлин, Франкфурт, Вена, Брюссель, Москва, Санкт-Петербург и многие другие города Европы были покорены нарядами Пуаре. Выступление состояло из двух частей: лекция Пуаре о моде, а затем показ одежды манекенщицами. В Москве Поль познакомился с модельером Ламановой, с которой впоследствии их связывали нежные дружеские отношения. «Она открыла мне всю фантасмагорию того пред-Востока, каким является Москва. Я до сих пор помню Москву с ее иконами, Кремлем, колокольнями, храмом Василия Блаженного, извозчиками, грандиозными осетрами, замороженной икрой, с изумительной коллекцией новой живописи г-на Щукина и вечерами у “Яра”», – писал Пуаре. Вероятно, после этого знакомства у модельера началось увлечение Востоком и ориентальными мотивами. Огромное влияние на творчество модельера оказали «Русские сезоны» Дягилева и особенно работы Бакста.

В 1911 году Пуаре, вдохновленный египетским турне балерины Ады Рубинштейн, создает тюрбан, вскоре ставший таким популярным, что появляться в свете без него было неприличным, а также юбку-брюки, которые были предназначены для того, чтобы дамы могли насладиться новым модным танцем – танго и ездой на велосипеде. Творческой лабораторией, в которой модельер шлифовал и оттачивал свои замыслы, были костюмированные вечеринки, декорации к которым создавались известнейшими художниками, а сценарий и костюмы – самим Полем Великолепным. Наиболее роскошная из вечеринок, на которой Пуаре предстал в роли восточного султана, называлась «1002 ночь». Сравниться с ней по известности может, пожалуй, только знаменитый сюрреалистический бал, устроенный в честь Дали в 30-е годы XX века в Нью-Йорке…

Стилизованные кимоно, получившие название «Пуареоби», и

изысканные восточные наряды, предложенные публике модельером, вызвали восторг у поклонниц. Пуаре фонтанировал идеями, которые касались не только новых видов одежды. Образ изысканной женщины довершили духи, разработанные Пуаре. Современные парфюмы обязаны своим появлением именно ему. Поль предположил, что при увеличении числа эссенций и разнообразии их сочетаний можно получить отличающиеся друг от друга интересные ароматы. Опыты подтвердили его правоту. Разработками Пуаре в этой области чрезвычайно заинтересовался Коти, который безуспешно пытался купить парфюмерную фабрику модельера «Розина», названную так в честь старшей дочери.

Именем своей второй дочери Мартины Пуаре называет открытую им в 1911 году художественную школу для одаренных девочек-подростков. Ученицы находились на полном пансионе и даже получали небольшое денежное содержание. «Мартинки» посещали музеи, парки, выставки, рынки, в общем, все те места, где они могли получить наиболее яркие цветовые впечатления. Вернувшись, они изображали увиденное акварелью или гуашью без предварительных набросков. Рисунки учениц Пуаре посылал на фабрики, где по ним изготавливались ковры, обои, декоративные ткани и предметы домашней утвари. Специалисты отмечают, что школа и созданная на ее основе студия оказали большое влияние на развитие декоративно-прикладного искусства Франции. В 1913 году Пуаре отправился в турне по США, которое принесло ему 12 млн франков прибыли. В том же году Поль Пуаре при участии специалиста-химика и художника-фовиста Рауля Дюфи изобретает способ производство «печатной ткани». До этого времени кутюрье не использовали такую ткань, поскольку она считалась низкокачественной. Полученные Пуаре печатные лен, сатин, хлопок и шелк не только красивы, но технологичны.

В 1912 году Пуаре начинает издавать «Журнал изысканного тона», где печатаются обзоры коллекций тогдашних модельеров и многие модели самого кутюрье. Кроме того, Пуаре основал синдикат по защите авторских прав портных Франции.

С началом Первой мировой войны практически все Дома моды закрылись. 1 августа 1914 года Пуаре записался в регулярную армию. Но театр военных действий – это не место для художника. Для начальства Пуаре был всего лишь портным, который имел наглость заявлять, «что он не умеет шить». В течение пяти долгих лет модельер занимается пришиванием пуговиц к солдатской форме. Возможно, благодаря этому Поль разработал модель французского военного френча, на

изготовление которого уходило меньшее количество ткани и времени.

После возвращения домой в 1919 году Пуаре увидел выросших дочерей, которых сначала не узнал, и Денизу, измученную тяготами военного времени. Но самым большим потрясением стали изменения, которые произошли в одежде. «Углы вместо плеч. Плоскость вместо груди. Клетка без птицы, соты без пчел». Мода перестала быть уделом избранных, она вышла на улицу и стала более практичной и рациональной. Модельер пытался вернуть женщинам изысканность и предложил длинные платья, но они уже стали не актуальны.

В 1919–1925 годах модельер пытается возобновить свое дело. Вновь открыт Дом моды Пуаре, но разрабатываемые им наряды не отвечают духу времени и выглядят устаревшими, многие начинания – финансово убыточны; клиенты уходят. В 1923 году в опубликованном в журнале Harper's Bazaar списке 20 наиболее известных модельеров имени Пуаре не было. Пытаясь повторить свой довоенный успех, в 1925 году модельер отправился в турне по Америке. К сожалению, в этот раз поездка не принесла ни славы, ни денег. В том же году на всемирной выставке декоративно-прикладного искусства «Арт Деко» в Париже Пуаре показывает специально подготовленную коллекцию одежды и организует выставку полотен художников-постимпрессионистов. Но и это не приносит успеха. Чтобы погасить огромный долг, Пуаре приходится продать коллекцию картин и драгоценности жены, а в 1926 году – и свой Модный дом. Поначалу Пуаре работал там модельером, а затем перешел в театр, где создавал эскизы костюмов и декорации. Несмотря на финансовый крах, Пуаре остался по-прежнему энергичным человеком, он занимался живописью, продолжал дружить и поддерживать художников, издавал кулинарные книги. В 1929 году увидела свет автобиография Пуаре, которая называется «Одевая Эпоху». Это книга счастливого и влюбленного в жизнь творца, который понял глубинный смысл понятия «мода».

Романтическая «бель эпок», культом которой была женственность, чувственность и изысканность, навеки отошла в прошлое. Наступил жесткий век конструктивизма и прагматизма, в котором не было места для женщины – цветка, женщины – райской птицы. Терпкий и пряный ориентальный аромат был чужд этому времени. «Женское движение борется за свободу, а я даю женщинам свободу движения», – когда-то говорил Пуаре. Женщины ощутили эту свободу и двинулись в направлении, которое было непонятно и неприемлемо для Пуаре Великолепного.

Поль Пуаре – великий Реформатор своей эпохи и один из самых талантливых модельеров XX века – умер в нищете и неизвестности в Париже в 1944 году…

ПУСТОВИТ ЛИЛИЯ

Известный украинский дизайнер, легко работающий в контексте современной мировой культуры. Ее иногда называют «человеком мира», поскольку Пустовит одинаково свободно и комфортно чувствует себя в любой стране. Она первой привнесла в отечественную моду индийские (и вообще восточные), а также американские мотивы. А в последних работах украинский мастер активно использовала наследие своих предков. Фирменным стилем Пустовит стало выражение неисчерпаемой молодости, оптимизма, жизнеутверждающей силы, ощущения внутренней свободы; работы этого мастера отличаются креативностью мышления своего создателя, высоким уровнем профессионализма исполнения, максимальной реализацией идей.

Будущая звезда украинского мира моды родилась (когда – она старается не афишировать) в весьма оригинальной семье. Ее отец был человеком спортивного склада, оптимистом и жизнелюбом, мама – классическим интровертом со сложным внутренним миром (она преподавала языки, этику и эстетику). Видимо, именно поэтому Лиля одновременно могла заниматься совершенно полярными вещами: увлекаться спортом и ходить в музыкальную школу, например. А «между делом» очень интересоваться лингвистикой и начать изучать латынь. И это в шестом классе! Лиля, кстати, делала тогда столь невероятные успехи в этом «мертвом» языке, что даже умудрялась писать для родной тетки-студентки институтские контрольные… К музыке

же любовь у Пустовит сохранилась, видимо, на всю оставшуюся жизнь. Сегодня, например, дизайнер просто не может работать, если не слышит позитивной, «живой» мелодии. Да и на показах своих моделей Лилия использует так называемую этномузыку, которую на ура воспринимает даже молодежная тусовка, которая не так часто в жизни вообще слышала украинские песни.

Карьера модельера для Пустовит начиналась стандартно. После окончания средней школы девушка поступила учиться на факультет швейного производства Киевского технологического института легкой промышленности. Затем, получив диплом, была направлена на работу в Молдавию, где ее ждало место главного художника на швейной фабрике города Бендеры. И тут… Советский Союз, уже давно трещавший по всем швам, окончательно развалился, и Лиле ничего не оставалось, как вернуться в Киев. По сути, девушка осталась без работы. По счастью, такое положение вещей сохранялось недолго. На базе украинского Института легкой промышленности был создан центр моды «Экстра» – единственное на тот момент стабильно работающее предприятие. Куратором центра стала бывшая модель, директор школы моделей и жена директора французского культурного центра Тамара Радзиновская. Эта женщина, имеющая огромные связи за рубежом, организовывала показы нового Дома моды. В 1992 году в «Экстре» работали четыре дизайнера; вскоре после возвращения домой к ним присоединилась и Пустовит. Лиля приняла участие в создании первой коллекции Дома, с которой начался «прорыв» украинских моделей в мир европейской моды. Работы наших соотечественниц с успехом демонстрировались в Тулузе; местная пресса не поскупилась на хвалебные эпитеты, а влиятельный журнал Marie Claire посвятил коллекции целую полосу.

В дальнейшем многие мастера «Экстры» ушли в коммерческие структуры, но Пустовит решила, что от добра добра не ищут: она занимала пост главного стилиста Дома, так что снова «идти в никуда» не намеревалась. «Экстра» по-прежнему дважды в году готовила трендовые коллекции, так что работы у Лили хватало.

С одной из коллекций центра мастер поехала на Международный конкурс молодых дизайнеров «Золотая пуговица», проходивший в Вильнюсе. Это было в 1996 году. Неожиданно для самой себя Пустовит получила Гран-при – жюри, в состав которого входили исключительно представители известных западных Домов моды, высоко оценило модели украинского мастера. Тогда же Даниель Эштер предложил Лилии уехать во Францию, чтобы принять участие в работе над новой

серией женского трикотажа, начатой его Модельным домом. Естественно, Пустовит согласилась.

В Париже она убедилась: французские Дома моды с удовольствием берут на работу иностранцев, поскольку в последние годы французская школа стала слишком традиционной и буквально «варится в собственном соку». Так что генерируют новые идеи, в основном, представители других стран.

Во Франции Лиля, кстати, была и раньше. Еще в 1993 году она приняла участие в поездке, организованной Международным институтом молодежи. Кроме данной организации, инициатором проекта стали культурные центры обоих государств. Среди туристов в тот раз были также известный режиссер Юрий Самотин, художник Олег Лунев и диджей «Нашего радио» Леонид Веселков.

Сегодня Пустовит с удовольствием обращается к украинскому этносу. Она обеспокоена тем, что в результате резкого перехода от тотальной несвободы к глобальной открытости Украина слишком уж рьяно стала подражать Западу, норовя окончательно забыть о своих корнях и перестать быть самой собой. А вот сочетать национальные традиции с общедоступной, понятной всему миру речью – это уже высший пилотаж! Можно сказать, что лучшего мастера, чем Пустовит, в данном вопросе сегодня просто не существует.

А показать украинцам есть что, уверена Пустовит. Например, наши предки, которых в Европе обычно считают южанами, могли похвастать абсолютно уникальным восприятием цвета, которое приводило к возникновению необычных колористических сочетаний. К особым приметам украинского стиля относится также повышенный романтизм и значительная декоративность. На фоне этого особенно тяжело воспринималось то состояние внутренней несвободы, которое десятилетиями прививалось украинцам. Оно выразилось, прежде всего, в боязни выделяться, быть непохожим на остальных. Лишь совсем недавно такая тенденция начала постепенно уходить в прошлое, и стараниями отечественных модельеров, в том числе и Пустовит, у «улицы» появилась смелость в определении и выборе своего стиля.

Конечно, многоуровневость моды существует во всех странах, и даже коллекции прет-а-порте доступны далеко не каждому. Так что сетовать на недостаточное влияние украинских дизайнеров на их же собственных сограждан явно не стоит. Тем более, что в последние годы отечественные мастера все же стали активно набирать баллы у публики. И тем не менее, их влияние никогда не станет массовым, считает Пустовит. Однако она убеждена: работы ее коллег не только могут, но и просто обязаны стать

более широкодоступными. Однако это осуществимо только в том случае, если специализированные отечественные модные журналы и телепередачи отойдут наконец от своей зацикленности на освещении зарубежных коллекций и обратят внимание на то, что происходит в украинских Домах моды. Публике необходимо знать, что работы наших дизайнеров тоже являются жизнеспособными и, кстати, востребованными на Западе. Ведь в Украине в последнее время разрабатывалось немало креативных авторских коллекций, которые спокойно можно было бы запускать в серийное производство, однако достойно осветить их так никто и не удосужился. А в результате общество по-прежнему ищет идеи в работах западных Домов моды, упорно не замечая стараний собственных стилистов. Последние во многом из-за этого со временем уезжают на тот же Запад – за востребованностью…

Клиентами Лилии Пустовит являются многие весьма известные люди. Они с удовольствием обращаются к украинскому дизайнеру, поскольку знают: несмотря на свою известность, она очень демократична и напрочь лишена так называемого эстетского снобизма. Особенно выделяет модельер звезду украинской эстрады Софию Ротару – ее мастер вообще считает единственной по-настоящему стильной женщиной отечественной сцены. Пустовит восхищается тем упорством, с которым София Михайловна работает над своим имиджем, на любых виражах капризной моды умудряясь одновременно выглядеть актуально и не терять выбранного стиля.

Вдохновение украинский модельер черпает обычно в путешествиях. Ее интересует на новом месте все: природа, история, древний этнос. В последнее время Пустовит с удовольствием ездит в Карпаты; сама мастер говорит, что она, видимо, просто «доросла» до того момента, когда человек начинает ценить свои корни, начинает понимать глубину и значимость национальной культуры. Ее мировосприятие так или иначе отражается в моделях одежды и обуви, которые выпускает Дом Пустовит; видимо, по этой причине участие Лилии в конкурсах работ прет-а-порте вызывает такой огромный интерес и обычно заканчивается получением очередной награды. Коллекции же мастера успешно продаются в бутиках Киева и Москвы: стиль украинского дизайнера, такой ярко индивидуальный, узнаваемый и характерный, невозможно спутать с работами ее коллег. А для того чтобы помочь женщинам, которым небезразличен собственный внешний вид, ориентироваться в непростом и капризном мире моды, Лилия несколько лет назад согласилась вести в популярном журнале

«Ева» рубрику «Тренд». Делает она это, кстати, с изрядной долей юмора, демонстрируя читателю, кроме всего прочего, неплохие журналистские способности.

…На подходе – новая линия, открытая Лилией Пустовит, женщиной, которую все чаще воспринимают как символ души Украины, энергии, заставляющей радоваться жизни, любить ее. И хотя модельер не говорит о своей «свежей» коллекции, известно, что она построена на эклектике. Главным в ней является идея позитивного настроения. Что ж, на ближайших показах у нас будет возможность убедиться в этом самим. А пока давайте все же повнимательнее присмотримся к этническим мотивам – может, и в самом деле, в этом что-то есть?

ПУЧЧИ ДИ БАРСЕНТО МАРЧЕЗЕ ЭМИЛИО

(род. в 1914 г. – ум. в 1992 г.)

Пуччи ди Барсенто – один из немногих аристократов, посвятивших себя миру моды. Этот знаменитый итальянский дизайнер по тканям, изобретатель эластичного шелка и ослепительно красивый мужчина произвел настоящую революцию в модной одежде для отдыха и спорта.

Марчезе Эмилио Пуччи ди Барсенто родился 20 ноября 1914 года в Палаццо Пуччи на виа дель Пуччи. Веселое детство и беззаботные студенческие годы – он учился в университетах Сиэтла и Милана – казались одним сплошным праздником. В то время трудно было предположить, что Эмилио Пуччи станет дизайнером. Слишком далеки от показов мод были его юношеские устремления. Он мечтал о политике, а на моделей если и засматривался, то уж никак не с целью составить представление о фасонах и методах отделки платьев.

Во время Второй мировой войны Эмилио оказался в гуще событий. Он был пилотом бомбардировщика, и не раз оказывался на волосок от гибели. Затем война окончилась, и Пуччи, сполна выполнив свой долг перед страной и совестью, вернулся к мирной жизни. Какое-то время он пилотировал пассажирские самолеты, а

все свободное время посвящал горнолыжному спорту. Вскоре его считали одним из лучших горнолыжников. Благодаря природному обаянию и спортивной фигуре Пуччи всегда был в центре внимания. Многие поклонницы горнолыжного спорта с удовольствием проводили время в его обществе. Зимой 1947 года Эмилио поехал с подружкой в Альпы покататься на лыжах. Их появление на склоне горы в ярких рейтузах было ежедневным небольшим шоу. Дело в том, что в то время лыжники надевали брюки-гольф из серого и темно-синего твида, и созданные по эскизам Пуччи облегающие костюмы казались чем-то недосягаемо прекрасным. Вероятно, экстравагантные костюмы остались бы лишь приятным воспоминанием отдыхающих, но в Эмилио влюбилась модный фотограф Тони Фриссел, представлявшая журнал Harper's Bazaar. Редактору журнала Vogue Диане Вриланд фотография очень понравилась. Настолько, что она свела Пуччи с крупным магазином Lord & Taylor, а журнал напечатал снимок, сопроводив его словами: «Самые стильные лыжники – итальянцы».

Вскоре Пуччи создал свою первую спортивную коллекцию для американского рынка, которая была просто обречена на успех. Американцы были в восторге и от самих моделей, и от их автора, который казался олицетворением европейской аристократии. Спортсмен с атлетической фигурой, окруженный красавицами, – это было близко сердцу американских потребителей. Коллекцию буквально расхватали. Вероятно, Эмилио сам удивился неожиданному коммерческому успеху этого предприятия, однако решил воспользоваться удачным моментом и попробовать силы в качестве дизайнера. Целыми днями он обдумывал новые модели, рисовал эскизы, подбирал ткани. И в итоге в 1949 году представил женскую летнюю коллекцию на Капри и – одновременно с этим – открыл студию во Флоренции.

Дела у начинающего дизайнера шли весьма неплохо. Его одежда отличалась удобством, но в то же время была красивой и запоминающейся. Основным направлением стали наряды для активного отдыха и спорта. В новой коллекции, которую публика увидела в 1950 году, были собраны преимущественно модели для лыж, гольфа и тенниса.

С момента появления на прилавках одежда от Эмилио Пуччи стала синонимом утонченности и изысканности. Ее создатель (по мнению публики) как бы делился с моделями своим аристократизмом. Вскоре постоянными клиентами Пуччи стали Софи Лорен, Палома Пикассо, Грейс Келли. Существует даже легенда, согласно которой Мэрилин Монро была похоронена в розовом платье от Пуччи.

Одежда от Пуччи была выражением определенного стиля жизни, получившего название jet-set. Он был порождением технического прогресса, сделавшего возможным мгновенное перемещение со снежных альпийских склонов на пляжи Капри. Авиалинии получали изрядную долю прибыли именно за счет любителей jet-set. Пуччи и его жена Кристина вели именно такой роскошный образ жизни, и подобная одежда постепенно переходила в разряд культовой. Основу стиля, созданного Эмилио, составляли яркие цвета, тонкие практичные ткани и сексуальность кроя. После войны, когда человечество нырнуло в водоворот удовольствий, это было особенно привлекательно. Для любительниц «кочевой» жизни Пуччи придумал немнущиеся ткани, платья из которых можно было утрамбовать в небольшую сумку. «Их можно было достать, встряхнуть, надеть и смело отправляться на вечеринку», – говорила о платьях Пуччи Палома Пикассо. Дополнением к одежде и аксессуарам стали ароматы, которые создавались в расчете на любителей роскоши: Vivara (1965), Signor Vivara (1970), Miss Zadig, Monsieur Zadig (1971), Pucci (1980).

Еще одним гениальным изобретением Пуччи были капри. Эти облегающие брюки длиной до колена и с молнией сбоку задумывались как идеальная одежда для отдыха. Название имеет самое непосредственное отношение к географии: после войны остров Капри был изысканным местом для желающих хорошо провести время. Однако одежда для отдыха мало чем отличалась от нарядов, которые носили в городе. И Эмилио придумал очередной шедевр: легкие летние брюки, не стесняющие движения, в которых удобно было совершать прогулки. Удачным дополнением к ним стали узенькие рубашки из шелка или хлопка и знаменитые платки, первый из которых был украшен картой Капри. С 1954 года Капри и различные яркие аксессуары к ним стали самой популярной одеждой для отдыха. Яркие расцветки и характерные узоры этих вещиц вскоре стали известны как Pucci Patterns.

Создавая свои спортивные модели, Пуччи думал прежде всего об удобстве. Поэтому много внимания он уделял тканям. В 1958 году он начал работу над улучшением стрейч-тканей для спортивных штанов. Благодаря его усилиям был открыт эластичный шелк Shantung, ставший наиболее удачным материалом для обтягивающих штанов и боди.

1960-е годы стали звездным часом Эмилио Пуччи. Его наряды пользовались огромной популярностью, а сам дизайнер мог позволить себе любые, даже самые экстравагантные поступки. Например, проскакать на белом коне по Пятой Авеню в белом

средневековом костюме, в шляпе с пером. Но совсем немногие знают, что параллельно с эпатажными выходками он занимался и серьезной работой: создал костюмы для команды Apollo 15, которые отправились в космическую миссию на Луну, придумал логотип для NASA. Пуччи сделал вклад и в развитие автомобильного дизайна: он спроектировал образ роскошного лимузина Lincoln Continental Mark Y.

За что бы ни брался Пуччи, он работал с необыкновенной тщательностью. На устранение незаметных глазу дефектов у него уходили считанные минуты. Эмилио с первого взгляда мог определить детали, делающие костюм неудобным, и безжалостно боролся с ними.

В 1970-е годы общие настроения мировой общественности резко изменились. Война во Вьетнаме, антивоенные демонстрации, движение хиппи, феминизм – все это не сочеталось со стилем Пуччи и в конечном итоге стало причиной его падения. Когда компания попыталась угнаться за модой, она потеряла ту необходимую составляющую, которую знатоки моды больше всего в ней ценили. В итоге дела Эмилио Пуччи пришли в упадок, и восстановить интерес к своей марке ему не удалось даже с помощью Мадонны, хотя некоторый всплеск внимания все же наблюдался.

Эмилио Пуччи умер 30 ноября 1992 года во Флоренции. Его дочь Лаудомия стала руководителем компании, находящейся на пороге упадка. В последующие годы ведущие стилисты Дома Пуччи постоянно менялись. Но ни одному из них не удавалось возродить былое величие фирмы. Поэтому, когда в 2003 году состоялась премьера первой коллекции Лакруа для Пуччи, многие редакторы крупнейших журналов моды не приехали, прислав – на случай чуда – своих заместителей. Кристиан Лакруа перед показом сильно нервничал. Но чудо, которого так долго ждали, все же произошло! Коллекция была признана невероятно удачной. Дочь Пуччи, Лаудомия, не скрывала своей радости и говорила журналистам: «Мне кажется, это начало чего-то великолепного!» Положительные отзывы посыпались как из рога изобилия, даже Сюзи Менкес из International Herald Tribune (наиболее строгий критик, чье мнение определяет – быть иль не быть новой коллекции) признала, что «коллекция стала повторным рождением некогда знаменитой марки». Виновник торжества – Кристиан Лакруа – был счастлив, поскольку его решение стать дизайнером сложилось именно под влиянием Пуччи: «Он очень повлиял на меня, ведь я как художник складывался в 60-е годы, в разгар “пуччимании”. Я даже посвятил Пуччи коллекцию в 1988 году». Во время пресс-конференции

Кристиан Лакруа приоткрыл тайну своей будущей коллекции: это будут современные версии спортивных костюмов, которые прославили Пуччи в 1948 году. Возможно, снова пришло время легкой и красивой жизни, располагающей к удовольствиям, – жизни, которую так любил основатель целого направления в моде Эмилио Пуччи.

РАБАНН ПАКО

Настоящее имя – Франсиско Рабанеда-Куэрво

(род. в 1934 г.)

Знаменитый испанский кутюрье, скандально известный в мире моды. Каждая его коллекция одежды является революционной, а сам он уже давно стал объектом повышенного внимания. Его считают не только кутюрье, но и мистиком, дадаистом, архитектором, астрологом и писателем. Каждый его шаг после появления первой коллекции «Двенадцать экспериментальных платьев…» является провокационным, и в мире моды, похоже, никак к этому не привыкнут. Для своих коллекций он использует любые современные материалы, начиная с металла и заканчивая лазерными дисками и оптическими волокнами. Вклад Рабанна в развитие мира моды настолько велик, что его считают человеком, который своими руками писал историю моды XX века.

Пако Рабанн родился 18 февраля 1934 года недалеко от города Сан-Себастьяно на севере Испании в Стране басков. При рождении мальчику дали длинное имя Франсиско Рабанеда-Куэрво, которое мало кому известно сегодня. В 1937 году, когда Франсиско едва исполнилось три года, его отец, испанский дирижер – коммунист, атеист и истинный республиканец, – был

схвачен властями и казнен за то, что не поддержал режим Франко. Матери с большим трудом при помощи друзей удалось спустя два года выбраться вместе с сыном из страны, в которой царил террор. Перед самой войной они перебрались во Францию, откуда родом была бабушка Франсиско.

После войны Рабанн занялся изучением скульптуры и архитектуры в Париже. В 1963 году его наконец заметили, и он стал работать на несколько известных Домов моды одновременно, создавая аксессуары для Диора, Нины Риччи, Баленсиаги и Живанши. Уже тогда Рабанн показал себя создателем ноу-хау. Его коллекция сережек из родоида – легкого и относительно дешевого материала, – которую он выпустил 25-тысячным тиражом, разошлась мгновенно.

Вращаясь в модных кругах, Франсиско постепенно увлекся моделированием одежды, и в 1966 году создал свою первую коллекцию, подписанную «Пако Рабанн».

Искусство 1960-х переживало состояние возбуждения. В живописи, скульптуре, архитектуре возникают новые направления и новые материалы. Но даже после появления пластиковой мебели, созданной Курсаром, проволочных скульптур Сотто и неоновых полотен Рейсе первая коллекция Рабанна произвела настоящую революцию. Само название «Двенадцать экспериментальных платьев, которые можно делать из современных материалов» говорило о ее необычности. Коллекция была представлена платьями из пластика, металлических пластинок и бумаги. Но не только платья из нетрадиционных материалов вызвали скандальный интерес к коллекции и впоследствии такую же скандальную славу дизайнера. Модельер выпустил свои модели на подиум босиком – просто потому, что обуви под его именем еще не было. И самое главное – его первыми топ-моделями стали темнокожие девушки.

Провокация удалась. Парижская палата Высокой моды отреагировала сразу же. На голову начинающего дизайнера, нарушившего не одно правило Высокой моды, которые создавались на протяжении десятилетий, посыпались раздраженные реплики. Однако Пако Рабанна это не остановило. Получив то, на что, собственно, он и рассчитывал, Рабанн в 1967 году открыл в Париже свой собственный Дом моды. Продолжая экспериментировать, он находит новые материалы, пригодные, по его мнению, для создания одежды. Он делает одежду из пластмассы и алюминия, металлических цепей и жесткого пластика, флуоресцентной кожи и оптических нитей, бумаги и лазерных дисков, оптоволоконной проволоки и страусиных перьев, пластиковых бутылок и дверных петель. В его коллекциях

были даже платья, собранные из кусков металла, отлитых по форме тела. И хотя иногда модельер использует в работе традиционные материалы, он деформирует их до неузнаваемости, что можно видеть в его платьях из накладывающихся кожаных треугольников или связанных из полосок норки и разорванного на полосы шелка.

Следующая коллекция Пако Рабанна, появившаяся в 1968 году, была представлена платьями из алюминиевых нитей и имитационными шубами. Но популярность модельера росла, и в том же году ему предложили создать костюмы для фильма «Барбарелла», в котором играла Джейн Фонда.

Знаменитый испанский кутюрье считает, что он не делает модных платьев – он создает моду. По его мнению, только мужчины могут создавать моду для женщин, потому что только они знают, как женщина должна быть одета. «Женщина не может творить для других, – говорит Пако Рабанн, – она может создать лишь свой образ, одевать саму себя. Мужчина может создавать одежду для женщин абстрагируясь. Во всех старых цивилизациях портными всегда были мужчины».

Он – новатор во всем, и именно поэтому никого не копирует и не использует в своем творчестве формы прошлых столетий.

В 1980-х Рабанн стал использовать в своих моделях голографические волокна и органическое стекло.

В 1989 году он запустил новую линию – женскую линию «ready-to-wear». А в следующем году представил такую же мужскую.

Всего через три года после создания первой «революционной» коллекции одежды Рабанн обратил внимание на парфюмерную линию. И немудрено. Мало сказать, что на сегодня производство парфюмерии и косметики приносит немалые прибыли Дому Рабанна. Этот бизнес становится основным источником доходов.

Первый созданный Рабанном аромат Calandre (1969 г.) сразу же покорил женские сердца. Тогда, когда в мире моды царил лимонный аромат, он создал нечто новое, с едва уловимым оттенком запаха кипариса. Его следующий аромат Paco Rabanne pour Homme (1973), немного пряный, в 1974 году завоевал «Оскар» Fragnance Foundation Recognition Award за композицию и упаковку. Затем появились Metal (1979), Soin pour Homme (1984), La Nuit (1985), Sport (1986), Tenere (1988), Ultraviolett (женский – 1999 г.). Однако самым популярным остался аромат XS (Excess Pour Homme), который до сегодняшнего дня занимает одно из первых мест в рейтинге мужской туалетной воды. Последнее из его изобретений – туалетная вода для мужчин Ultraviolett (2001), в композиции которой соединены серая амбра, ветивер и мята.

«Мир ароматов очень важен для меня», – говорит Пако Рабанн. Идея нового запаха появляется тогда, «когда она востребована». «Сначала это образ. Зрительный образ современного мужчины или женщины в совершенно определенной ситуации. Исходя из него, добавляются мазки запахов, которые дополняют картину. Надо просто знать, что происходит в этой сфере, а затем изобретать и вносить новые черты. Изобретать новые флаконы и новые запахи. Это творческая работа».

В конце 1990-х кутюрье ушел из Высокой моды, с головой погрузившись в создание коллекций прет-а-порте. Помощницей в этом служит его верная Розмари Родригес – жена и художественный директор Дома Рабанна. Несмотря на то что Пако и Розмари абсолютно разные, свои отношения они считают идеальными. Они прекрасно понимают друг друга. Розмари вникает во все, что создал Рабанн за годы работы, но творит по-своему, привнося мягкость и пластичность в новые коллекции.

В 2001 году Пако Рабанн решил вернуться в мир Высокой моды. Он представил коллекцию одежды весна/лето-2002, показ которой прошел в рамках ретроспективной выставки модельера, состоявшейся в испанском городе Бургосе. Этому событию предшествовало награждение Пако Рабанна «Золотой медалью за достижения в изящных искусствах», врученное знаменитому кутюрье королем Испании Хуаном Карлосом II. На сегодня Рабанн является обладателем всех престижных наград и премий, существующих в мире моды. Среди них – «Золотая игла», высшая награда в мире Высокой моды, высочайший орден Испании орден Изабеллы Католической и французский орден Почетного легиона. Платья от Рабанна являются украшением лучших музеев мира в Нью-Йорке, Токио и Париже. Ему посвящена статья в Британской Королевской энциклопедии, а его идеи используют в своем творчестве практически все дизайнеры мира.

Пако Рабанн чрезвычайно работоспособен и энергичен. В начале 1990-х годов мир узнал, что он – не только величайший модельер, но и писатель. В 1991 году пятимиллионным тиражом вышла в свет его первая книга размышлений на философские и религиозные темы «Траектория» (Trajectory), ставшая бестселлером. Вторая книга «Конец времен» (The End of Times) появилась в 1992 году, третья – «Настоящее время: дорога посвященных» (Le Temps Present: le chemin des grand inities) – в 1994 году. В них автор раскрывается с иной стороны, не слишком известной широкой публике. Перед нами предстает мистический и загадочный мир, в котором есть место потусторонним эмоциям, ощущениям вне тела, общению с Богом. Рабанн считает, что

обладает даром предвидения, знает будущее и помнит все свои прошлые жизни на протяжении уже 68 тысяч лет. «Люди меня любят, но считают меня сумасшедшим. Из-за того, что я пророк», – говорит Раббан. После выхода в свет его книг одна женщина объявила его дьяволом, который околдовал ее несовершеннолетнюю дочь, чтобы похитить. Обвинение получило широкую огласку, так что модельеру самому пришлось возбудить против обвинительницы уголовное дело. Однако самой скандальной стала четвертая книга Рабанна – «Пламя с небес» (1999 г.). В ней модельер объявил дату конца света – 11 августа 1999 года. Катастрофа не состоялась, что слегка пошатнуло славу прорицателя. «То, что произошло, делает меня самым счастливым человеком на свете, но одновременно самым униженным и несчастным… Я хочу забыть это безумие…» – вспоминает Рабанн.

При всей своей эксцентричности Пако удается поддерживать дружеские отношения с некоторыми «коллегами» – Готье, Карденом, Живанши, Куррежем. Хотя Рабанн и признается в своей нелюбви к «светским» кутюрье, «тусовщикам», главным среди которых он считает Александра Маккуина и Джона Галлиано, он не имеет ничего против их творчества, ему просто не нравится их стиль жизни. «Я другой, – признается кутюрье. – Я не пью, я не курю, я не употребляю наркотики, я не посещаю сомнительные места. Я живу, как монах. Работаю, как монах. Между Готье, Маккуином, Галлиано и мной – целая планета. Мне очень нравится все то, что они делают, но…» И действительно, Рабанн ведет здоровый образ жизни, который может служить примером. «Моя комната, – говорит он, – похожа на келью: в ней нет ни света, ни ночного столика. В моем доме всегда гробовая тишина. В последний раз в театре я был лет десять назад. Я путешествовал по всему миру, но обожаю Британию, где у меня дом. Мой главный моральный принцип: не делай другим того, что не хочешь, чтобы сделали тебе. Встаю я очень рано, в пять утра, и пешком иду на работу. Моя униформа – это блузон синего, черного или серого цвета. Я никогда не ношу галстуков. Не пью, не курю. Никогда не сдаюсь». Главным в жизни кутюрье является возможность творить, а ведет его по жизни, по его собственному признанию, «желание успеха, честолюбие и бешеное, неудержимое стремление победить».

РИКЕЛЬ СОНЯ

(род. в 1930 г.)

Визитная карточка Сони Рикель – трикотаж. Именно он принес мировую известность модельеру. «Королева трикотажа» – такой почетный титул присвоил ей американский журнал Women's Wear Daily. Ее ноу-хау – черные пуловеры и трикотаж наизнанку, плиссированные юбки-брюки. Кроме наград, полученных за свои коллекции, Рикель награждена высшими наградами правительства Франции: она – кавалер ордена Почетного легиона, кавалер ордена Литературы и Искусства. В течение 20 лет, с 1973 по 1993 год, Соня Рикель была вице-президентом парижской Палаты моды и является почетным членом «Клуба любителей шоколада». Известное французское издание Figaro Madame, публикуя серию статей «Женщины, которые двигают мир», один из материалов посвятило этому модельеру, а общество The Star Group внесло ее имя в мировой рейтинг ведущих женщин-предпринимателей.

…На треугольный лоскут папиросной бумаги приклеено маковое зернышко и перцовая горошина – глаза. Засохший лепесток красной розы – губы. Нос – булавочная головка. Вместо волос – огненно-рыжая пакля. Тонкий силуэт задрапирован черным мохером. В углу импровизированной аппликации серебряной нитью небрежно вышито: «Sonia Rykiel». Такой вот получился портрет кутюрье-хулигана, не вышедшей из возраста

Пеппи Длинныйчулок – яркой, взбалмошной, загадочной Сони Рикель. Однажды известный музыкант Малкольм Макларен из группы Sex Pistols записал с ней в дуэте песню под названием «Кто такая, черт побери, эта Соня Рикель?» Название песни получилось символическим – скрытный дизайнер очень мало говорит о себе. Ее автобиография напоминает резюме – перечень основных дат и профессиональных свершений.

Соня родилась в 1930 году в Париже. Она была старшей из пяти дочерей в очень консервативной семье потомственных ученых. В ее роду было перемешано много различной крови – русской, еврейской, румынской. В родительском доме царила возвышенная атмосфера, здесь увлекались классикой – живописью, литературой, архитектурой. Говорить о моде и о «тряпках» считалось верхом неприличия. А каждый день, когда вся семья чинно собиралась за ужином, отец традиционно читал молитву.

Старшая дочь не отличалась тихим и кротким нравом – непоседливая девчонка всегда была в самой гуще событий, поэтому часто являлась домой с перепачканным лицом или с оторванными пуговицами. Самостоятельный ребенок мог постоять не только за себя, но и за своих младших сестер. В детстве Соня модельером стать не мечтала, на вопросы о жизненных планах отвечала, что хочет родить десять, а может быть, даже и пятнадцать детей.

Окончив в 17 лет школу, она не стала продолжать свое образование – панически боялась экзаменов, поэтому сразу начала работать. Первая ее должность – «оформитель витрин» в одном из парижских магазинов.

Замуж Соня вышла довольно поздно, ей тогда было уже около тридцати лет. Ее избранником оказался приятный человек, владелец небольшого магазинчика трикотажных изделий на бульваре Сен-Жермен. Молодая жена, со своим опытом оформления витрин, стала рьяно помогать мужу. Она вникала буквально во все и скоро поняла, что торговать можно было бы и успешнее. Основные претензии у нее были к продаваемой здесь одежде: «Это тоска, а не одежда, кто ее будет покупать?» Поэтому Соня собственноручно принялась спасать положение.

Рикель утверждает, что моделированием одежды занялась благодаря своему мужу. Она даже однажды призналась: «Если бы он занимался архитектурой, я бы тоже этим занималась».

Первый успех Сони в моде произошел в 1962 году, когда она сделала на заказ маленький серый свитер. Она упросила мужа выставить свое творение в витрине их магазинчика хотя бы на три дня. Свитер в витрине не продержался и часа. Окрыленная

успехом, начинающий дизайнер приступает к коллекции для беременных. Она ее делала, будучи сама беременной, поэтому четко представляла, чего хочет молодая мать. Ее работами – короткими топами, просторными платьями и широкими брюками – заинтересовались не только покупатели, но и редактор модного журнала. Модели практически никому неизвестного модельера попали в журнал Elle.

Революционные шестидесятые, когда сметались все запреты и нарушались табу, для Сони открывали заманчивые перспективы. Тогда модельер пребывала в «немыслимой эйфории». «Мода для меня была чистой страницей, и поскольку я о ней ничего не знала, то делала то, что хотела». А хотела она «странного». Ввела в повседневность черный цвет, который до нее полагалось носить только вдовам и старушкам. Избавилась от подкладки и окантовки, вывела швы наружу, создавала многослойные одежды и экспериментировала с асимметричным кроем.

Творческие успехи не сопутствовали семейному счастью. Модели Сони, которые нравились решительно всем, муж не мог ни понять, ни принять. Поэтому супругам пришлось расстаться. Категоричная Соня после шумного развода запретила своим друзьям и семье упоминать при ней имя бывшего мужа. Потому что фамилию, ставшую к тому времени очень известным брендом, сменить уже не решилась.

Первый бутик Sonia Rykiel открылся в мае 1968 года в самом шикарном районе Парижа. Витрина нового модного магазина напоминала букинистическую лавку – здесь были выставлены только старые книги. Зато внутри была новая Сонина летняя коллекция: полупрозрачные свитера, открытые топы, широкие брюки. Но свою одежду она продавала уже повсеместно. В парижской печати 1968 года мелькали сообщения, что годовой объем продаж одежды от Рикель только в Соединенных Штатах составил два миллиона долларов. Вскоре Дом моды открывает под своим именем бутики в Италии и США.

Сама же Соня считала, что модой она занимается несерьезно. Но десять успешных лет в индустрии моды поставили ее перед выбором – либо заниматься этим профессионально, либо не заниматься вовсе. И дизайнер решает идти дальше. На вопросы журналистов об отсутствии профильного образования Рикель заявила, что «академизм только все испортит. Пусть я ничего не умею, зато у меня свежий взгляд на вещи». Свои слова она, как всегда, подтвердила делом.

Новый переворот в мире моды Соня Рикель произвела в 1974 году, когда представила свою коллекцию одежды, вывернутой наизнанку. Ее тогда увлекала идея «второй кожи»: «Я хотела

показать ту сторону, что прилегает к коже, – она более красива. Швы, повторяющие форму тела, – это как своды храма. Очень символично!»

Модельер никогда не останавливалась на достигнутом. Помимо коллекций прет-а-порте, она делает линии детской и мужской одежды. Начинает выпускать аксессуары: сумки, очки, постельное белье, бижутерию. В 1992 году Дом моды запустил линию собственной обуви. Особое внимание дизайнер уделяет выпуску парфюмерии. Она считает, что правильно подобранные духи выделяют женщину из толпы. «Женщина должна пользоваться ими, чтобы все вспоминали именно о Женщине, чтобы в комнате, где много народа, все видели только ее. Но не для того, чтобы вспоминали ее платье, украшения или запах, нет, – чтобы вспоминали о ней самой». Для своей линии парфюмерии Соня лично разработала дизайн флакона – пуловер с короткими рукавами.

Показ каждой новой коллекции – всегда праздник для модельера, но создание маленького шедевра – всегда тяжелый, изматывающий труд. Раскрывая «творческую кухню» создания новой коллекции, Соня говорит: «Временами я испытываю к ней потрясающую нежность, как к человеческому существу, а временами я просто не знаю, что делаю, мне кажется, что ничего уже придумать нельзя. И тем не менее, я должна что-то делать…» И она делает! Соня Рикель первой начала украшать трикотажную одежду рисуночками и надписями – сердца, звезды, сочные клубники, красные губы. Первой придумала давать коллекциям названия – «Алый поцелуй», «Вечерние грезы», «Фатальность». Сделала модными хозяйственные сумки, украшенные плакатными рисунками в стиле «поп-арт». Требовательная к себе и окружающим, она может, например, довести до истерики манекенщицу требованиями, чтобы та ходила «как можно стервознее».

Сейчас Дом моды Сони Рикель является одним из крупнейших не только во Франции, но и во всем мире. Предприятие является на 100 % собственностью семьи модельера и вливаться в холдинги не имеет намерения. «Мы не собираемся отвечать за кого-то. Мы стремимся сохранить нашу уникальность. Я вижу, что объемы продаж растут, так же как и расширяются рынки сбыта. Это очень захватывающе. Наш дом – это больше чем просто история моды. Это целая вселенная», – комментирует позицию Дома моды дочь Сони – Натали Рикель. Здесь все отвечают за свои «участки»: Соня придумывает коллекции, ее дочь Натали анализирует и выбирает новые сегменты рынка, муж Натали – вице-президент компании, а одна из младших сестер

Сони, Даниэла Филь, – глава линии Rykiel Accessories. Компании принадлежат 400 магазинов по всему миру, 45 эксклюзивных бутиков носят ее имя. А в наряды от Сони Рикель почитают за честь одеваться известные суперзвезды мирового кинематографа Изабель Аджани, Жанна Моро, Фанни Ардан.

Соню Рикель считают одной из самых элегантных женщин мира, пальму первенства она уступает лишь легендарной Коко Шанель. Она вдохновляет писателей, режиссеров, художников… Режиссер Роберт Олтмэн благодаря ей создал фильм «Прет-а-порте», где модельер исполнила небольшую эпизодическую роль, художник Энди Уорхол, «гуру» поп-арта, нарисовал знаменитый ее портрет. О ней написано много книг, в том числе роман «Когда нет красного, она надевает черное». Именем Сони Рикель назван сорт алых роз с дурманяще-сладким запахом.

В напряженном графике работы Соня находит время на написание книг. В 1979 году вышла первая ее книга «И я ее хотела видеть обнаженной» – размышления о моде, любви, о себе самой. Одна из последних книг – сборник рассказов для детей Tatiana-Acacia. Неутомимая Рикель организовывает выставки, занимается танцем, театральными афишами, участвует в общественной жизни.

Но на первом месте у Сони Рикель всегда остается «королева Мода», которую женщина творит для Женщин. «Вдохновение мне придают женщины. Женщины, которых я вижу, рядом с которыми живу, моя сестра, моя дочь, моя мать, мои подруги. Настоящее вдохновение всегда идет изнутри, из души тех, кто тебя окружает, и тот, кто думает иначе, ошибается».

РИЧЧИ НИНА

Настоящее имя – Мари Адэланд Ньели

(род. в 1883 г. – ум. в 1970 г.)

Одна из наиболее значительных фигур в мире моды XX столетия. Она не только была ведущим модельером своего времени, но и создала один из знаменитейших Домов моды. Nina Ricci сегодня, как и 70 лет назад, представляет поэтичность, женственность, красоту, высочайшее качество и настоящий парижский шик. А ее парфюмерная продукция считается одной из лучших в мире.

Мари Адэланд Ньели родилась 14 января 1883 года в итальянском городе Турине, в семье небогатого сапожника. Отец, мечтая повысить благосостояние своей многочисленной семьи, где воспитывалось пятеро детей, переезжает в Монте-Карло. Семья, в том числе и семилетняя Мария, отправляется вместе с ним. Но его надежды не оправдались, предприятие прибыли не принесло, и вскоре отец умирает, оставив семью без средств к существованию. Мать с детьми переезжает в Париж, где было больше возможности найти работу. Город очаровал Марию – шикарные магазины с прекрасными нарядами, элегантные женщины.

Чтобы помочь матери, дети рано пошли работать. Не была исключением и Мария, которая стала подмастерьем в ателье. Обычная карьера швеи в ателье – долгая и трудная. Девочки сначала работают «на побегушках», затем – младшая модистка, средняя и, наконец, если очень повезет – первая модистка. Такое будущее ждало и Марию, если бы не одно но…

Четырнадцатилетняя девочка отличалась редкостным трудолюбием. Помимо своей основной работы, которая выражалась в словах «подай-принеси», она находила время для собственного творчества. Часто задерживаясь в ателье, которое стало ее вторым домом, изготавливала шляпки по собственным эскизам. Их заметили, и вскоре все местные модницы стали заказывать головные уборы у Марии. Трудолюбие и преданность работе редко остаются незамеченными. Хозяева ценили молодую работницу, и к 18 годам Мария стала ведущей швеей в фирме. В 22 года она уже главный модельер одного из парижских ателье и сама нанимает швей, которые помогают ей шить одежду по ее собственным эскизам.

Своего будущего мужа, Луиджи Риччи, шестнадцатилетняя Мария встретила в парижском омнибусе. Двадцатитрехлетний продавец цветов настолько был околдован девушкой, что сразу же предложил ей руку и сердце. В 1905 году у них родился сын Роберт. К сожалению, их брак просуществовал недолго, в 1909 году Луиджи умирает. В 1916 году Мария снова выходит замуж – за Гастона Мореля.

А в 1908 году Мария, теперь уже под именем Нины Риччи, приходит работать в Дом моды Раффин. Молодая, но очень талантливая модистка очень скоро находит свою клиентуру – женщин среднего класса, желающих одеваться элегантно и не очень дорого. Сама Нина была эталоном для своих заказчиц – необыкновенно элегантная, красивая и с превосходными манерами. Вскоре мадам Риччи становится полноправным партнером месье Раффина, вплоть до закрытия его Дома моды в конце 1920-х годов. Она занимает свой офис, у нее в подчинении 30 швей и два магазина.

«Я работала как проклятая, день и ночь», – так говорила о себе мадам Риччи. К пятидесятилетнему юбилею Нина Риччи подходила с солидным багажом – ее имя известно в мире моды, клиенты ценят, коллеги уважают. Преуспевающая женщина, «королева» для своего персонала, она носила крупный белый жемчуг и ездила в белом лимузине. Можно было спокойно уходить на покой, но «почить на лаврах» не удалось. Сын Роберт уговаривает ее начать свое дело. В 1929 году они открывают небольшое ателье, которое размещалось всего в одной комнате.

Но сын мечтал о большем: о Доме моды. И в 1932 году это наконец произошло – 49-летняя Нина и 27-летний Роберт Риччи открывают в Париже, на улице Капуцинов, 20, Дом моды Maison do Haute Couture Nina Ricci.

Для начала основатели решили выбрать узкую специализацию – пошив свадебных платьев. До сих пор свадебное платье от Нины Риччи считается эталоном одежды для невест. Нина придумывала модели, Роберт сочетал обязанности как художника, так и предпринимателя, руководил предприятием, на котором работало 40 швей.

Дом моды продолжает ориентироваться на средний класс, предпочитающий одеваться не экстравагантно, но элегантно. Их модели – классический костюм, «маленькое» платье, платье-пиджак. Классическая одежда, прекрасный крой, качественный пошив и довольно умеренные цены. Например, модели Нины Риччи стоили втрое дешевле, чем платья от ее основных конкурентов, Домов моды Ланвин и Пуаро. За восемь лет работы Дом настолько развернул свою работу, что к 1940 году с заказами на пошив моделей едва справлялись 450 швей. А само предприятие стало занимать три здания на улице Капуцинов.

Находка модельера – многофункциональное платье, подходящее как для работы, так и для званого вечера. В одежде от Риччи достаточно было немного изменить отделку и добавить элегантные аксессуары, и деловой костюм становился вечерним. Ее девизом были слова: «Будьте элегантными независимо от того, в каком месте вы находитесь».

Изюминкой вечерних нарядов от Нины Риччи становятся цветочные узоры и нежные пастельные краски тканей. Цветы в ее моделях присутствовали в любом виде – вышитые, отпечатанные, сделанные в виде аппликаций. Даже предвоенная мода в стиле «милитари», с квадратными плечами и прямыми юбками до колен, не повлияла на модели от мадам Риччи. В противовес ей модельер создает коллекции прекрасных женственных туалетов, украшенных цветами и бантами.

Нина Риччи предпочитала не рисовать модели платьев, а непосредственно моделировать их прямо на манекенах. Превосходное знание техники кроя плюс утонченный вкус, по мнению критиков, «делают ее моду одной из наиболее оригинальных и свежих в довоенный период».

В 1945 году управление Домом моды полностью перешло Роберту. И он решается на еще один шаг, призванный укрепить позиции предприятия на мировом рынке. В 1946 году он выпускает новые духи – Coer-Joie («Радость для сердца»). Необычный флакон для парфюма разработал знаменитый

дизайнер Марк Лалик, близкий друг Роберта.

В 1949 году Роберт создает духи, которые по-настоящему принесли всемирную известность и огромную прибыль Дому моды. Это духи L'air du Temps («Запах времени»), которые, по легенде, он делал для любимой женщины. «Я создал L'air du Temps для Женщины, возможно, знаменитой, а может быть, и Той, что лишь промелькнула в вашей жизни и исчезла навсегда. Но эта женщина – ваш идеал, Та, о ком вы мечтаете. Потому что мои новые духи – это воплощение любви, настоящей или воображаемой. Ведь я романтик и не представляю себе жизни без Мечты».

Запах духов, созданных вместе с парфюмером Френсисом Фабреном, сочетает в себе ароматы розы, гардении и жасмина. Дизайн флакона, с двумя целующимися голубями на колпачке, символами мира, юности и любви, – от Марка Лалика. Украшающие флакон выпуклые стеклянные цветы создал художник Кристиан Берар. Согласно статистике, каждые пять секунд кто-то в мире покупает L'air du Temps.

Духи отметили свой 50-летний юбилей. Далеко не многие парфюмы могут похвастаться таким долгожительством. В юбилейном, 1999 году, ограниченным тиражом был создан новый флакон для духов: два летящих голубя над земным шаром. L'air du Temps являются не только талисманом Дома моды, но и остаются в пятерке самых великих ароматов нашего времени.

Парфюмерная линия, возглавляемая «Запахом времени», является одной из главных составляющих успеха «Нины Риччи» в мире Высокой моды. В 1987 году представлены широкой публике духи Nina, которые посвящены основательнице Дома моды и отличаются элегантным и утонченным ароматом. В 1996–1999 годах создается три различных парфюма, объединенных одной темой, – Les Belles de Ricci: 1996 год – Liberty Fizz, 1999 год – Almond Amour, 1999 г. – Spicy Delight. И, наконец, выпущенный в 2001 году аромат Premier Jour («День Первый») – символ второго рождения «Нины Риччи».

Постепенно мадам Риччи отходит от дел, и Роберт приглашает молодых и талантливых модельеров создавать коллекции для Дома моды. С 1950-го до начала 1960-х здесь работал Жюль Франсуа Краэй, его коллекция 1959 года стала всемирно знаменитой. С 1964 года Дом возглавлял Жерар Пипар.

В начале 1950-х годов семейное предприятие расширяется, магазины от «Нины Риччи» появляются в 130 странах мира. С 1970-х годов предприятие становится одним из лидирующих экспортеров во Франции.

В 1979 году произошло еще одно значимое событие в жизни

Дома моды – «Нина Риччи» переехал в самый престижный район Парижа, на авеню Монтень, 39. Теперь он находится в пятиэтажном здании, в котором размещены офис, три бутика, ателье, салоны и демонстрационные залы. А по соседству расположены Дома мод Диор, Селин, Макс Мар, Шанель.

С конца 1980-х Дом моды выпускает первую коллекцию для мужчин Nina Ricci Monsieur и открывает бутики мужской одежды Ricci Club. В 1989 году появился первый аромат для мужчин с аналогичным названием.

В 1992 году Дом моды выпустил свою первую косметическую линию Le Teint Ricci, которая предлагает все необходимые средства по уходу за кожей и декоративную косметику. Верный своим традициям, Дом моды для косметики разрабатывает оригинальную упаковку, которую создают талантливые дизайнеры Гаруст и Бонетти.

Несмотря на открытие новых линий, конец 1980-х – 1990-е годы стали для «Нины Риччи» «годами застоя». Творчество шло по проторенной еще самой мадам Риччи дороге, ничего концептуально нового не создавалось. Старые идеи больше не работали, а за попытками сохранить марку в неприкосновенности, как утверждали аналитики, «скрывается обыкновенный страх перед требованиями нового дня». Следовательно, падали объемы продаж и Дом был на грани банкротства.

С января 1998 года Дом моды становится собственностью испанского концерна Puig Group, который уже владел многими известными марками – Paco Rabanne, Carolina Herrera, Gal. Новые владельцы стремились найти новые горизонты развития предприятия. Была оставлена линия прет-а-порте, усилена линия косметики и парфюмерии, расширен ассортимент аксессуаров и часов. А линия от кутюр была ликвидирована. Руководство мотивировало это тем, что «в нынешней ситуации Дом не может себе позволить содержание абсолютно убыточного рукотворного производства».

В том же году главным дизайнером «Нина Риччи» стала Натали Жервэ. Сохраняя лучшие традиции основателей, элегантность и женственность, она осторожно и последовательно меняет стиль Дома моды. Натали подчеркивает: «Мне хотелось прикоснуться к истокам, постигнуть философию Риччи. Для этого я добросовестно прочитала все интервью с госпожой Риччи и ее сыном Робертом, изучила архивы давних коллекций от кутюр. Моя задача виделась мне в том, чтобы сохранить женственность, но убрать многолетний налет буржуазности и долгие годы не выветриваемый налет провинциальности. Я просто делала свое

дело. Скромно и качественно».

Меняются моды, меняются люди, но Дом, созданный энергией и талантом Нины и Роберта Риччи, живет и продолжает радовать любителей моды чем-то новым и неожиданным.

РОВАЛС ДЖОРДЖ

Известный дизайнер по прическам, визажист, стилист, имиджмейкер, шоумен, телеведущий, единственный в мире обладатель приза «Золотые ножницы». Его клиентами были Тина Тернер, Барбара Брыльска, Саманта Фокс. В настоящий момент услугами этого стилиста пользуются многие звезды политического Олимпа и российского шоу-бизнеса: Ирина Хакамада, Роксана Бабаян, Татьяна Судец, Тамара Гвердцители, Диана Гурцкая, Сосо Павлиашвили, Александр Песков и многие другие. Шоу Ровалса пользуется огромной популярностью в мире, с ним дизайнер постоянно выступает в крупных концертных комплексах Франции, Англии, Германии, Чехии, Испании, Сингапура. Кроме того, Ровалс со своей программой довольно часто появляется в Москве – в казино «Кристалл», а также в клубах «Манхэттен», «Рокси» и «Метелица».

Известный дизайнер по прическам смеется, когда его называют «грузинским французом» или «французским грузином». Дело в том, что бабушка Джорджа – грузинка, а вот все остальные родственники действительно французы. Интересно, что Ровалс, чье имя известно не только в России, но и далеко за ее пределами, обладатель многих международных премий, сам по себе человек очень оригинальный. Например, для него не существует никаких авторитетов в профессиональной области. «Я признаю одного стилиста, одну марку, это Джордж Ровалс!» – безапелляционно заявляет мастер. Он никогда и нигде не учился

парикмахерскому делу (!), достигнув вершин мастерства абсолютно самостоятельно. Ножницы в руках Джордж держит вот уже более 20 лет и с их помощью создает великолепные прически, не раскрывая никому принципов, на которых базируется его техника стрижки.

Шоу Ровалса недаром вызывает у публики огромный интерес. Дело в том, что этого мастера часто называют «реактивным парикмахером»: в течение двух – пяти минут он прямо на сцене, под музыку и в сопровождении шоу-балета делает любому желающему из зала укладку, сложную фантазийную прическу или ультрамодную модельную стрижку. Но и это фантастическое время никак не является личным рекордом стилиста. Например, на то, чтобы сделать прическу Киркорову, у него вообще ушло… 45 секунд! Само по себе такое удовольствие стоит немало (парикмахер-то – мировая знаменитость!), но во время программы Ровалс стрижет и укладывает бесплатно.

Несмотря на невероятную загруженность, «не ножницами едиными» живет этот стилист. Например, рубрика «Острый разговор» в телепередаче «Башня» – его работа. Кроме того, Ровалс в течение двух лет являлся ведущим рубрики и был признан одним из самых экстравагантных представителей этой профессии. Сейчас, правда, он предпочитает работать просто автором «Острого разговора». Ровалс ведет также «Клуб знакомств» и участвует в многочисленных программах о моде и различных передачах типа «Большой стирки». Стилист принимал участие во многих крупных проектах, среди которых – празднование 850-летия Москвы, «Золотой бизнес России», «Бал славянских народов», «Жемчужина России». Его неоднократно видели в качестве ведущего программ на больших площадках во время проведения Дней города. А между делом, так сказать, Джордж… снимается в кино. Например, он сыграл одну из ролей в комедии М. Кокшенова «Герой моего романа».

По словам мастера, спортивный стиль и стиль «унисекс» успели «достать» даже самых неповоротливых профессионалов. Многие поколения дизайнеров добросовестно – и не без успеха, заметьте! – работали над тем, чтобы лишить женщину женственности. «Дошло до того, – жалуется Ровалс, – что на улицах осталось крайне мало женщин, на которых можно остановить свой взгляд. Почему? Или они не ходят по улицам? Где они? Все больше встречаю спортивный стиль, а уж о прическах и стрижках вообще “речь молчит”. Вот дали бы мне волю, я бы всех прямо на улице причесал и постриг…» А поскольку такое вряд ли возможно, мастер решил добавить в облик представительниц прекрасной половины человечества

какой-то элемент, который был бы способен украсить их, вернуть женственность и ореол таинственности. Так родилась идея создания коллекции шляп. Ровалс говорит, что у женщины, носящей шляпу, сразу изменяются взгляд, походка, осанка. Поэтому он хотел бы дождаться того времени, когда повседневное ношение этой детали гардероба станет нормой.

Интересно, что все без исключения свои дизайнерские идеи – будь то шляпа, сумка или автомобиль – Джордж старается всегда осуществлять сам. Вот и за эту работу он засел лично. В результате новая авторская коллекция отправилась «кочевать» по миру; первый же показ моделей был осуществлен в Праге (ее стилист вообще считает лучшим местом мира!).

К этому городу у Джорджа отношение совершенно особое. Дело в том, что там живет его любимая подруга – хозяйка частной школы. Благодаря этой женщине у Ровалса в Праге появилось немало новых друзей. Естественно, часть из них стали и постоянными клиентами мастера. Так что в Чехии Джордж бывает достаточно часто и с удовольствием.

А вот выступать в Праге, по словам стилиста, довольно сложно: техническое оснащение большинства тамошних залов далеко от мировых стандартов сцены, так что плохой свет и совершенно некачественный звук сильно усложняют работу. К тому же, установление контакта с местной публикой – дело практически безнадежное. Почему-то пражане очень зажаты, не умеют радоваться. Они даже почти никогда не аплодируют; свиста или выкриков в залах вообще не услышишь. Видимо, именно поэтому никто из звезд в Праге не работал и не работает. И тем не менее, Ровалс снова планирует привезти свое шоу в этот город. Он все же надеется «расшевелить» публику, заставить людей посмотреть на себя со стороны, попытаться дать им импульс для того, чтобы изменить собственную внешность, впустив в свою жизнь свежесть, радость и открытость.

Этот экстравагантный мастер творит не только в салоне или на сцене. Не так давно он разработал технику стрижки… под водой! Правда, осуществить задуманное было не так-то уж легко. А вообще, Ровалса недаром называют «реактивным парикмахером». Этот мастер и в самом деле любит все делать максимально быстро. Причем такое отношение к своему и чужому времени касается не только его профессиональных обязанностей, но и повседневной жизни. Джорджу даже на месте усидеть трудно! Стилист постоянно находится в движении, в действии. Он никогда не сидит без работы, находя для себя занятие даже летом, когда Москва практически вымирает и коллеги Ровалса сидят без дела. Сам Джордж признается, что постоянно что-то

придумывает, поскольку знает: для него жизнь без работы – это смерть.

Относительно недавно экстравагантному мастеру, который и так большую часть своего времени проводит в Европе, а не дома, пришлось представлять Россию на фестивале «Славянские дизайнеры». Поездка маэстро причесок понравилась, вот только он смеялся по поводу собственной внешности и названия фестиваля: «Я похож на славянина?»

Когда лучший парикмахер мира был удостоен высшей профессиональной награды, церемонию вручения «Золотых ножниц» решили проводить в Колонном доме союзов. Естественно, на подобное мероприятие собралась многочисленная «звездная» публика. И тут оказалось, что сам кавалер ордена Первой степени, по мнению организаторов церемонии, должен выступать не на сцене, а на банкете – «чтобы развлечь гостей». Сцена же, по сценарию, отводилась модельеру Вячеславу Зайцеву. Об этом Ровалсу сообщила диктор Центрального телевидения Ангелина Вовк. Парикмахер европейского масштаба отреагировал на такое решение очень резко. Разбушевавшись, Джордж заявил: «Кто такой Зайцев?! Это брат певичек сестер Зайцевых, что ли?! Он, кстати, кавалер ордена “Честь и достоинство” лишь второй степени. Куда он со свиным рылом, да в калашный ряд!» Пришлось спешно «утрясать» недоразумение с главным режиссером. Наконец Ровалсу предоставили в распоряжение центральную сцену страны, а на банкет «передвинули» Зайцева… Знаменитость что-то пыталась вещать в микрофон, когда «обмывали» новый орден стилиста, однако публика не особо внимала говорящему, предпочтя словесный пир весьма прозаическому застолью… Но стилист и тогда окончательно не угомонился, высказав немало колкостей в адрес модельера. Например, он заявил: «Зайцев за счастье посчитал, что его вообще кто-то будет слушать, пусть даже и не на банкете, а хотя бы в мужском туалете Колонного зала…» Правда, буйство и использование ненормативной лексики Ровалс, поостыв, все же объяснил журналистам: «Знаете, ребята, в шоу-бизнесе без хамства обойтись нельзя. И если не будешь огрызаться этим негодяям, то тебя сегодня же сожрут, а завтра смоют в унитаз. Пусть даже ты и трижды талантлив!»

Интересно, что Джордж называет себя человеком-праздником, постоянно удивляющим окружающих. Так, среди его талантов числятся неплохие вокальные данные и настоящий кулинарный дар. При этом стилист на вопросы о пристрастиях к какой-то определенной кухне отвечает, что любит только кухню «Джордж Ровалс»…

Что же это – самовлюбленность, самолюбование, эгоцентризм? Или, может, смелость признать собственный талант и заявить о нем миру? Видимо, каждый решает этот вопрос для себя сам. Однако прежде чем выдать категоричное суждение, посмотрите внимательно на клиентов Ровалса и подумайте, хотели бы вы выглядеть так же? Вот то-то и оно…

САНДЕР ЖИЛЬ

(род. в 1943 г.)

Знаменитый немецкий дизайнер, которая долгое время работала в Доме моды, ставшем в 2000 году собственностью концерна Прада. Известна, прежде всего, своим безупречным минималистическим стилем; за 30-летнюю творческую деятельность она сумела на удивление органично соединить в своих работах мужские и женские линии. Модели Сандер отличаются сплавом простоты и шика, а также акцентированием мелких деталей. Сама модельер говорит, что ее стиль не имеет ничего общего с аскетизмом, она просто «отсекает лишнее, ведь вокруг так много мусора». Учебники моды пишут о Жиль как об одном из первопроходцев «чистого» стиля.

Об этой необычной целеустремленной женщине в мире моды ходят многочисленные легенды. Ее модели – роскошные сатиновые платья, черные брючные кашемировые костюмы, белые хлопковые (но абсолютно немнущиеся!) рубашки – похожи на свою создательницу. Коллекции Жиль изобилуют бело-черно-бежевыми вещами из лучшего хлопка, лучшего сатина с лайкрой и лучшего кашемира; их покрой поражает своей точностью. В работах Сандер нет ничего лишнего, каждая деталь тщательно продумана и органично «вписана» в модель, и при этом при взгляде на одежду от Жиль Сандер понимаешь: такую утонченную

элегантность мог сотворить только настоящий Мастер…

Жиль часто «инспектирует» собственные бутики и обязательно присутствует на открытии новых магазинов своей марки – в какой бы стране мира это ни происходило. В такие дни она любит выпить кофе с работниками бутика, неспешно и негромко поговорить с ними **«о** жизни», поделиться свежими новостями. Между делом Сандер сама и с видимым удовольствием помогает клиенткам подобрать необходимую вещь. При этом модельер умудряется даже… откорректировать фигуру и осанку покупательниц! Например, «профессиональная» сутулость замотанной женщины-клерка на глазах «испаряется», уступая место элегантной стройности. А дамы «рубенсовского типа», выбирающие модели после консультации Жиль, внезапно обретают силуэт «полевой былинки»… Скажете, сказка? Ни в коем случае! Это – результат работы настоящего профессионала, имеющего талант от Бога и посвятившего жизнь своему по-настоящему любимому делу.

Жиль Сандер родилась 27 ноября 1943 года в немецком городе Вессельбурене. После получения среднего образования она начала учиться текстильному делу сначала у себя на родине, а затем отправилась постигать все премудрости выбранной профессии в США. Еще учась, Жиль устроилась на работу в нью-йоркский журнал McCall's – ассистентом редактора. Потом ей предложили такое же место в немецком журнале Brigitte.

Но Сандер не собиралась всю жизнь посвятить журналистике; правда, шить, она почти совсем не умела, зато хотела заниматься чистым дизайном… Как только у Жиль собралось некоторое число набросков, и она решила, что созданные по этим рисункам вещи будут вполне конкурентоспособными, девушка загорелась идеей открыть собственный магазин. «Пробивной» немке было тогда всего 25 лет…

Утрясти все необходимые формальности и уладить финансовую сторону вопроса Жиль удалось к 1968 году. Для этого ей даже пришлось продать собственную машину, поскольку денег на начало бизнеса катастрофически не хватало. И дело было не в том, что Сандер стремилась заработать на продаже новых вещей; просто она… не обнаружила в мире ни одного Дома моды, где мечтала бы работать… Жиль часто сетовала, что сама нигде не может приобрести вещи, которые хотелось бы носить долго. Особые проблемы у нее возникали, когда ей требовалось купить белую рубашку (которая, к тому же, не слишком бы мялась и легко стиралась) или брюки из натуральных тканей.

Первый магазин немецкого мастера начал функционировать в том же году. Дело решительного предпринимателя и

талантливого дизайнера поначалу не приносило существенных прибылей, но через полгода ситуация изменилась – у бутика появились свои постоянные клиенты. Так что уже спустя год Сандер основала маркетинговую компанию Jil Sander Moden в Гамбурге. Ее модели буквально сразу же покорили представителей творческой богемы и стали статус-символом нарождающегося класса бизнес-леди. Тут, кстати, следует вспомнить, что в те годы еще не существовало подобных коллекций. Работы Келвина Кляйна, японских и бельгийских модельеров появились значительно позже.

Своими моделями Сандер, что называется, «попала в струю»: феминистское движение как раз принимало широкий размах, и женщины все менее желали выглядеть стандартными домохозяйками. Они уже вовсю заявляли о готовности заменить свои гардеробы мужскими. И тут на арену моды вышла Жиль. Она предложила своим клиенткам неплохую альтернативу мужским пиджакам и жилетам, угадав, какой же должна быть деловая женщина. «Моя идея была такая: мы должна быть сильными, сногсшибательными, уверенными в себе на триста процентов, но нельзя перегибать палку! Надо оставаться женщинами», – рассказывала позднее модельер.

Но, продолжая создавать оригинальные модели, Жиль понимала: чтобы представить миру коллекцию под собственным именем, ей предстоит еще немало поработать. Поэтому такой показ состоялся лишь в 1973 году; еще через три года Сандер стала автором сенсации в мире моды, «пробив дорогу» на подиумы и в магазины так называемому «многослойному стилю» Onion.

Для нового витка карьеры немецкому дизайнеру снова понадобились три года. Жиль была убеждена, что создать цельный образ невозможно без учета декоративной косметики. А ведь каждая новая коллекция требует своего, оригинального визажа! Поэтому Сандер, считавшая, что эксперименты с уже имеющимися марками оказались не вполне успешными, в 1979 году представила своим клиентам новую компанию, носящую ее имя, – Jil Sander Cosmetics.

Заниматься каким-то одним делом Жиль, по-видимому, не умела никогда. Вот и теперь, работая на поприще моды и косметики одновременно, она решила, что настало время поделиться с молодыми мастерами своими профессиональными наработками; в 80-х годах дизайнер занимала должность профессора в Высшей школе прикладного искусства в Вене.

Когда в моду стали входить кожаные изделия, Жиль одной из первых выпустила на подиум моделей, «примеривших» новый

образ. А для того, чтобы «держать ситуацию под контролем» и не быть связанной с кем-то из партнеров, она… открыла еще одну компанию – Jil Sander Leder! Новое детище напористого дизайнера, которое специализировалось на выпуске кожаных изделий, начало свою работу в 1984 году.

Естественно, оригинальные коллекции этого мастера и ее способность мыслить творчески, креативно, не остались незамеченными в среде профессионалов. В 1985 году Сандер впервые (и первой из немецких дизайнеров!) представила собственные работы не в Германии, а в Италии, в Милане – одной из мировых «столиц моды». Вскоре Жиль стала постоянным гостем всех крупных показов.

В начале 1990-х годов дизайнер задумалась над расширением рынка сбыта для своих компаний и… в 1993 открыла первый собственный магазин в Париже. Еще спустя год отделения Jil Sander S.P.A. работали уже в Милане, Лондоне и в Нью-Йорке. Скажите, мог ли человек, добившийся на профессиональном поприще таких успехов, стремиться к чему-то новому? Оказывается, не только мог, но и стремился. В 1995 году Сандер представила Jil Sander Eyewear – фирму, занимавшуюся производством очков… В общем, никто из специалистов не удивился, когда в том же году она была награждена орденом Федеральной Республики Германии. А в 1996-м Сандер получила в Нью-Йорке еще одну профессиональную награду мирового уровня: знаменитую Fashion Group Award.

В 1997 году немецкий дизайнер вновь подтвердила собственный высокий рейтинг, выпустив новую мужскую коллекцию. Последующие несколько лет знаменовались появлением таких ароматов, как Jil Sander Woman Pure (1978), Jil Sander Women, Jil Sander Men (1979), Jil Sander Men II (1981) Jil Sander Women II (1983), Jil Sander Women III (1986), Jil Sander Sun (1989), Jil Sander № 4 (1994), JIL (1998). Все они достаточно быстро завоевали популярность у потребителей и стали заметным явлением на рынке парфюмерии.

В течение многих лет Сандер являлась ведущим дизайнером своего Дома моды (что не удивительно!). В 2000 году ставшую знаменитой марку купил концерн Прада. Однако уже спустя три месяца Жиль внезапно… оставила занимаемый пост. Причиной, как говорится, стала черная кошка, пробежавшая между ней и боссом Дома, Патрицио Берталли. Происки неведомого зловредного «усатого-полосатого» безобразия привели к тому, что расхождения во мнениях Сандер и Берталли приняли катастрофические масштабы. А поскольку 75 % акций Прада принадлежат не Жиль, а ее оппоненту, решительный дизайнер

ушла, дабы не портить собственное реноме и не заниматься тем, что она сама считает неправильным.

Уходя, модельер уверенно и категорически, как о раз и навсегда решенном, заявляла: она навсегда покидает мир моды, в котором сделала до сего момента все, что могла и что хотела… А босс Прада лишь пожал плечами: такая марка, как Jil Sander, вполне может уже обойтись без своей создательницы. Особенно если продолжать выдерживать стиль, крой и не менять привычные материалы.

В течение трех лет от Сандер, что называется, не было ни слуху ни духу. Она отказалась от нескольких предложений других Домов моды, сказав, что не собирается работать не на свою марку. Модельер просто отдыхала: путешествовала, общалась с друзьями, ходила на яхте и забиралась в горы, перечитала все книги в собственной библиотеке. Правда, она успела также закончить бизнес-школу в Нью-Йорке и наконец-то научиться пользоваться компьютером.

Но клиенты Жиль не собирались так просто отпускать любимого мастера на покой: в течение всего этого времени вещам под маркой Jil Sander был объявлен едва ли не откровенный бойкот. «Бастующие» поклонники дизайнера демонстративно не покупали вещи этой марки, которые изготавливались уже без Жиль. А поскольку клиент, как известно, всегда прав, руководство Прада вынуждено было пойти на попятный и вновь пригласить Сандер к сотрудничеству. Тем более что уровень продаж упал катастрофически… Президент Патрицио Берталли объявил, что по-прежнему восхищается талантом и огромным творческим потенциалом «матери» Дома моды, и Жиль заняла место креатив-директора. Ее возвращение сразу же угомонило все страсти, и марка Jil Sander была «реабилитирована» потребителями.

Новая коллекция известного модельера – весна/лето-2004 – снова продемонстрировала уникальный стиль Жиль. Она по-прежнему уверенно лидировала в области неброской роскоши и чистого дизайна. Теперь ее вещи стали более легкими, воздушными; крой напоминал модели 1950-х годов. В «активе» мастера появилась эффектная полупрозрачная органза. Интересно также, что критики, обычно не упускающие возможности перемыть все косточки очередной звезде, решившейся на возвращение к профессиональной деятельности после «громкого» ухода, предпочли на сей раз похвально отозваться о возобновлении Сандер работы в области моды. Даже самые злобные модные «акулы пера» лишь скромно промолчали. Видимо, выход Жиль «из тени» устраивал не только рядовых потребителей…

К слову сказать, продукция Jil Sander не относится к разряду дешевых, но она действительно стоит потраченных средств. Например, банальные маечки этой марки выдерживают все «издевательства» (перевозку в чемоданах в смятом виде, едва ли не ежедневную стирку в стиральной машине и постоянную носку при любых погодных условиях), но не утрачивают товарного вида, по крайней мере, лет пять! Вещи Сандер никогда не теряют своего цвета и точности формы. Так что привязанность потребителей к сей марке неудивительна.

…В конце прошлого года Жиль вновь ушла из Дома моды. На сей раз обе стороны подтвердили, что расставание было вполне дружественным. Сандер и руководство Прада в очередной раз разошлись «во взглядах по поводу некоторых финансовых и стратегических вопросов» и решили не пытаться «склеить разбитую чашку»… А в интервью прессе модельер сообщила, что ей просто необходимо время, чтобы расслабиться, отдохнуть и закончить работу над новой коллекцией мужской одежды осень/зима-2006, показ которой будет проходить в Милане в январе следующего года.

СЕН-ЛОРАН ИВ

(род. в 1936 г.)

Французский модельер, создавший в моде неподражаемо элегантный стиль строгой женственности, дизайнер, художник по театральным костюмам, владелец Дома Высокой моды. Награжден орденом Почетного легиона (1985 г.).

Далеко не каждая женщина может позволить себе приобрести дорогостоящие наряды этого французского мастера моды, но практически каждая, даже не осознавая этого, имеет в своем гардеробе хоть одну модель, которую ввел в обиход Ив Сен-Лоран. И если женщина лишь однажды примерила его творение, то носить одежду других кутюрье она уже не сможет. Кто же откажется от стиля «красивой независимости» и «чувственной элегантности»? Творчество маэстро отвечало духу времени, а может быть, наоборот, дух времени стал его стилем. 1960-е годы раскрепостили женщин, они вышли на работу и «расправили плечи», а в моделях Сен-Лорана появилось прямое плечо, придающее фигуре стройность и уверенность в себе. В 1982 году он сказал: «Я создаю классику, чтобы женщины чувствовали себя в женской одежде так же уверенно, как мужчины – в мужской». А в 2002 году добавил: «Я безмерно горд, что женщины мира носят сегодня брючные костюмы, смокинги, парки и френчи. Во многом, мне кажется, я создал гардероб современной женщины».

И этому трудно возразить.

Ив появился на свет жарким летним днем 1 августа 1936 года в алжирском прибрежном городе Оране, тогдашней колонии Франции. Уже несколько поколений подряд аристократическая династия Сен-Лоран занималась юриспруденцией, и потому будущее маленького Ива представлялось совершенно очевидным: он должен стать юристом. Вероятно, мир так и не увидел бы творений великого мастера, если бы не вмешалась его мать, Люсьен Сен-Лоран. Она с детства заметила склонность к творчеству в хрупком болезненном мальчике, предпочитавшем рисование веселым играм со сверстниками, и приложила все усилия к тому, чтобы сын стал тем, кем он стал. Мать всегда была его преданной соратницей и впоследствии, неизменно сопровождая Ива во всех поездках и на всех показах. В три года он уже рисовал модели платьев для кукол сестры и делал замечания тетушке о несоответствии в подборе одежды, а в 13 точно знал, что хочет стать только модельером, и еще мечтал вернуться во Францию. А помимо того Ив очень любил походы на местный восточный базар, где жадно впитывал яркие краски и пряные ароматы экзотической Африки, чтобы позже выплеснуть их в своих коллекциях.

Отучившись в местной школе искусств, 17-летний Ив вместе с мамой переехал в Париж. Он считал, что уже достаточно преуспел в рисовании (особенно ему удавались эскизы театральных костюмов), чтобы покорить мировую столицу моды. Здесь Ив поступил в престижную дизайнерскую школу Chambre Syndicale de la Haute Couture school и через два года в первом своем конкурсе молодых дизайнеров завоевал первую премию (вместе с Карлом Лагерфельдом) за дизайн платья для коктейля. Впоследствии, когда оба достигли вершин славы, это оставалось причиной их ревнивой конкуренции. В те же самые годы модель вечернего платья Сен-Лорана завоевала первую премию Международной ассоциации шерсти. Так что Ив нисколько не переоценивал свои способности, а если учитывать его замкнутый, ранимый характер и не особенную любовь к общению с людьми, то старт был просто блестящим.

Оригинальные эскизы моделей, предоставленные юным Сен-Лораном французскому журналу «Вог», привели в восхищение его тогдашнего директора Мишеля де Брюнхоффа, и он порекомендовал Ива королю моды Кристиану Диору. Можно сказать, что вхождение Сен-Лорана в мир от кутюр прошло легко и без особых препятствий. Единственное, чего не умел молодой модельер, так это как кроить и шить придуманные им модели, и не знал, с какой стороны подходить к клиентке во время

примерки платья. Но он быстро приобрел необходимые навыки, поработав немного учеником портного, и в 1955 году стал ассистентом самого Диора, который в то время находился на пике славы. Начинающий модельер и прославленный мэтр, несмотря на разницу в возрасте, сразу же нашли общий язык. У них действительно было много общего: как и Сен-Лоран, Диор провел детство, одевая кукол своих сестер, самыми верными друзьями им были матери. А еще оба с ранней юности осознали, что противоположный пол можно только боготворить, но любить они способны только себе подобных. Их сотрудничество и дружба продолжались до самой смерти Кристиана. Хотя работать вместе им довелось всего два года, Диор понял, что в лице этого юноши обрел незаменимого ученика и единомышленника, а Сен-Лоран всегда признавал, что «Кристиан был чудесным человеком, для меня он был словно отец». Когда мэтр скоропостижно скончался, Иву исполнился всего 21 год, и он стал главой знаменитого Дома Диора. История моды еще не знала столь стремительной карьеры, но многие сомневались, по силам ли юноше сохранить блеск и славу и традиции самого знаменитого французского Дома Высокой моды.

Сен-Лоран не только успешно завершил работу над всеми шестью коллекциями, оставшимися в разработке после смерти Диора, но и представил 30 января 1958 года свою первую коллекцию «Трапеция». Ему никогда не забыть этот холодный день, когда он стоял в тишине (тогда показы шли без музыкального сопровождения), комкал занавеску и отчаянно боялся провала. Но случился триумф, и Марсель Буссак, фактический владелец Модного дома, вытолкал его на балкон, чтобы высший свет Парижа увидел своего нового кумира. Утренние газеты запестрели восторженными отзывами: «Эта новая линия трапеции взорвала моду! Оказывается, женщина может быть сексуальной даже тогда, когда ее фигуру не подчеркивают узкий лиф и глубокое декольте». Линия «Трапеция» принесла Дому 35 % прибыли, а кутюрье получил международное признание.

Вскоре после своего первого триумфа Ив познакомился с Пьером Берже. Он был на шесть лет старше Сен-Лорана и стал для него не только любовником, но и самым верным другом и защитником. Казалось, что Сен-Лорану все дается легко. «Великое дело Диора продолжает жить!» – ликовали парижане в ожидании нового чуда. Но скоро выяснилось, что традиции Кристиана Диора сильно отличаются от взглядов его наследника. Первый ориентировался на женщину, ценящую в одежде элегантность и роскошь, а Сен-Лоран решил заметно омолодить моду, введя в

нее элементы молодежной культуры. И пока элегантные дамы спорили о том, кто первой попадет на примерку к мэтру, он готовил для них настоящую «бомбу». Свою новую коллекцию модельер назвал «Beat Look» – «Образ битников» – и она стала настоящим шоком в мире моды: на подиум словно ворвался ветер с улицы – мотоциклетные куртки из черной и змеиной кожи, высокие обтягивающие сапоги, свитера с высоким горлом, короткие юбки. Аристократия была в шоке – им предложили выглядеть так, словно они какие-нибудь студенточки из Сорбонны. Никто не мог понять, что Сен-Лоран был провидцем и очень точно поймал надвигающееся революционно-бесшабашное настроение шестидесятых.

Мир Высокой моды остался недоволен его «выходкой», а хозяин Дома, Марсель Буссак, счел новые веяния несоответствующими шикарному стандарту Диора. Опасаясь краха, он решил не хлопотать о строптивом модельере, и Ив в 1960 году «загремел» в армию. Служить ему пришлось в родном Алжире, пытавшемся вырваться из-под колониального гнета, и оказалось, что впечатлительный юный гений моды не готов к таким переменам. Он не прослужил в армии и года, как попал в госпиталь с серьезнейшим нервным срывом. Электрошок, стимуляторы, транквилизаторы… После нескольких недель такого лечения юноша весил меньше 40 кг и не мог говорить. Из армии Сен-Лорана вызволил Пьер Берже: он отыскал бизнесменов, которые согласились «выкупить» Ива у государства, и перевез друга в Париж. И тут в дополнение ко всему следует еще один удар: его место в Доме Диора уже занято Марком Боаном. И вновь на помощь приходит Пьер, которого впоследствии назовут «серым кардиналом», «бесом-искусителем», совратившим Сен-Лорана. Изворотливый друг умудрился даже этот печальный факт обернуть на пользу. Сен-Лоран подал в суд иск, что контракт с ним был расторгнут до срока, и получил почти 700 тысяч франков неустойки. Эти деньги друзья вложили в открытый в январе 1962 года Дом моды под маркой Yves Saint Laurent (YSL), а Берже стал управляющим делами будущей империи Сен-Лорана и вторым «я» великого кутюрье. И хотя успех был на стороне Сен-Лорана, но от пережитого в армии шока он так и не оправился: периодически впадая в глубокие депрессии, он пристрастился к наркотикам и алкоголю и несколько раз балансировал на грани самоубийства. Каждый раз Берже оказывался рядом и вытаскивал друга из кризиса. Своих пагубных пристрастий модельер никогда не скрывал, но эти публичные признания совершенно не вредили его имиджу, а французы даже придумали романтический миф о безумном гении Сен-Лоране и

стали его только больше любить.

Свой Дом Сен-Лоран разместил в большом особняке на Рю Спонтини, ранее принадлежащем художнику Форэну. Вместе с 80 сотрудниками он подготовил первую независимую коллекцию, в которой в качестве модели от кутюр предстала парка. Дефиле 29 января 1962 года показало, что Иву больше нет смысла скрываться за именем Диора. С тех пор Дом мод YSL становится все известнее. Из «маленького Диора» молодой кутюрье быстро превратился в «Великого Ив Сен-Лорана» – первого среди равных. «Нью-Йорк Таймс» объявила его Королем моды, а друзья и враги вынуждены были признать, что застенчивый модельер стал самым влиятельным в мире моды после Коко Шанель. Сама Мадемуазель, называя его своим преемником, говорила: «Все думают о мимолетности моды, а Ив Сен-Лоран – о современной одежде для женщины второй половины XX века». А кутюрье признавался, что единственным примером для подражания он выбрал Шанель, и часто повторял ее слова: «Никогда не забывайте, что внутри одежды находится женщина». Поэтому он не пытался превратить женщин в оперных певиц прошлого или в космонавток будущего и считал, что «идеально одетая женщина – это женщина, одетая совсем просто: черный свитер или блуза и черная юбка, зеленый шарф, много браслетов на руке, черная обувь и черные чулки. Такую одежду можно носить всегда, при любом случае, так как меняются только аксессуары – браслеты, колье, ленты, черные лакированные пояса, брошки и заколки». Отдавая дань прошлому, Сен-Лоран создал своих «Испанок», «Китаянок» и «Русский балет», а заглядывая в будущее, изобрел виниловый плащ.

Фактически на протяжении 1960–1970-х годов Сен-Лоран разработал «безвременную моду», введя элементы, без которых ее невозможно представить: брючные костюмы, куртки-сафари, прозрачные шифоновые блузки и платья и, конечно же, женский смокинг, который с тех пор навсегда связан с именем Сен-Лорана. При этом он никогда не стремился создать «последний писк моды», но тем не менее получалась «модная революция». Показы завершались то бурными восторгами, то громкими скандалами. А какие страсти бушевали вокруг его предложения одеть дам в брюки! Женщин не пускали в «непотребном» виде в рестораны, школьницам и студенткам грозило отчисление из учебных заведений, а потом мир убедился, что женщина в брюках – зрелище великолепное. Затем долго открещивались от мини и прозрачных блузок, деревянных бус и платьев-бурнусов в африканском стиле, но не устояли перед соблазном: удобно, дешево (если не от кутюр), красиво, практично. Потом появились

духи «Опиум», которые в некоторых странах мира были запрещены к продаже из-за названия, так как в нем увидели пропаганду наркотиков. А в рекламе своих мужских духов Ив Сен-Лоран снялся обнаженным. Эта акция вызвала много шума, зато парфюм разлетелся в рекордно короткие сроки. Последним в череде скандалов стали рекламные плакаты обновленного «Опиума», на которых одна из самых пышнотелых моделей – англичанка Софи Дал – лежала с раздвинутыми ногами. За эту съемку она получила больше 2 млн фунтов, а комиссия по рекламным стандартам рассмотрела 730 жалоб на «аморальное поведение Ив Сен-Лорана». Вот вам и застенчивый кутюрье.

Чтобы создать собственный стиль, Сен-Лорану понадобилось десять лет, а потом он только развивал свои идеи и с полным правом говорил: «Я создал основной гардероб женщины, который никогда не устареет. Мои модели настолько универсальны, что их можно носить каждый сезон. Это делает женщин независимыми от модных течений, так как более важным, чем они, является стиль». Мэтр на протяжении 40 лет утверждал в мире изящество и шарм. Врожденный талант и безупречное чувство вкуса позволяли ему с легкостью экспериментировать со стилями и сочетаниями цветов, одновременно вынуждая его испытывать постоянный страх перед реакцией не готовой к таким коктейлям публики. Любимыми цветами модельера были черный и красный – «цвет огня и крови». Но именно он вывел на модную авансцену фантастически яркие, сочные цвета, в том числе свой фирменный – неповторимый яркий синий цвет, который давно уже называют «цветом Сен-Лорана». Из материалов кутюрье предпочитал льняное полотно, бархат, атлас, хлопковые ткани и кружевное полотно, особенно черное, которое придает женщине особую загадочность. Он всегда признавал, что очень любит «национальные костюмы, включая сюда и русские: они всегда прекрасны и… не выходят из моды». В 1977 году Сен-Лоран создал серию костюмов под названием «Русский балет», в основе которой лежала русская музыка. Он сделал носибельными неописуемо пестрые туники женщин африканских племен и единственное, о чем жалеет этот новатор от моды: что ему не удалось изобрести джинсы. Он говорит: «Многие из моих идей для других коллекций связаны с полотнами моих любимых художников – Матисса, Пикассо. В отношении одежды не трудно проявить фантазию, но я стремлюсь к чистоте и строгости линий. Я хочу, чтобы и двадцатилетняя девушка, и шестидесятилетняя женщина могли носить пиджак, созданный мной…»

По лицензии фирмы «Ив Сен-Лоран» выпускаются не только одежда и парфюмерия, но и всевозможные аксессуары и стекло.

Его деятельность коснулась театра, кино, балета и эстрады. Он проектировал театральные костюмы и декорации к таким известным спектаклям, как «Сирано де Бержерак», «Собор Парижской Богоматери», «Женитьба Фигаро». Сен-Лоран одел Катрин Денев в фильме Луиса Буньюэля «Дневная красавица», положив тем самым начало экранному сотрудничеству и многолетней дружбе с актрисой. За эту свою работу он был награжден премией «Оскар». Ив считал Катрин своей Музой, а она говорила: «Его дневные модели помогают женщине противостоять миру, состоящему из чужих людей. В них она может пойти куда угодно, не привлекая к себе внимания. Известная мужественность, присущая им, придает женщине силу, готовит ее к встречам, которые могут завершиться конфликтом. Но вечером, когда женщина проводит время с тем, кого сама выбрала, Сен-Лоран делает ее соблазнительной».

Несмотря на свой довольно замкнутый характер, модельер имел много друзей и долгое время прекрасно справлялся с ролью руководителя огромной империи. Он не был строг с подчиненными, никогда не повышал голоса и вел себя как настоящий князь. Директор Дома Элен де Людингаузен (урожденная Строганова) рассказывала о своем патроне: «Он очень скромен и очень замкнут. Он может общаться только с теми, кого хорошо знает. А таких не очень много. Да ему и не нужна компания… Он артист, поэтому большую часть времени проводит в одиночестве… И очень страдает. Настоящие артисты редко бывают веселыми людьми». Да и сам Лоран признавался, что такая публичная профессия ему в тягость, что он «чудовищно одинок и живет, как монах». Правда, его «монастыри» – это вилла в Марракеше, замок в Нормандии, шикарная квартира в Париже. А вот одиночество – не преувеличение. Рядом с ним – лишь единственная преданная ему душа: бульдог по кличке Мужик Третий. Он не мешает хозяину слушать любимую музыку – Вагнера, Верди, Беллини, читать Марселя Пруста, делать коллажи или просто рисовать. В последнее время Ив Сен-Лоран подумывает и о литературе. Он и раньше писал рассказы и стихи «в стол», и литераторы, которым посчастливилось их прочесть, отзывались о написанном весьма уважительно.

И конечно, Сен-Лоран человек не бедный. Но с удовольствием он тратит деньги только на произведения искусства. Это не обязательно шедевры, стоящие баснословных денег, а, к примеру, обычные безделушки – пепельницы, вазочки, маленькие статуэтки. Благодаря огромному чувству меры Ив Сен-Лоран легко сочетает подобные безделицы с раритетами.

Долгое время казалось, что князь расстанется с миром моды

только на последнем вздохе. Но в 1999 году, попав в серьезные финансовые трудности, Сен-Лоран за миллиард долларов вынужден был продать Дому моды Гуччи свою легендарную марку, а также производство повседневной одежды (прет-а-порте) и аксессуаров. За собой он сохранил только от кутюр, но вскоре почувствовал, что и это перестало приносить ему удовлетворение. Теперь французский кутюрье оставил и это творчество. 22 января 2002 года в центре Помпиду состоялось последнее дефиле коллекций Сен-Лорана. Это была ретроспектива созданного им за 40 лет и 200-й по счету показ великого дизайнера. На праздник Высокой моды было приглашено две тысячи гостей – дизайнеров, журналистов, клиентов и работников Дома – и еще несколько тысяч наблюдали за происходящим на улице с помощью больших экранов, установленных на площади около Центра. Дефиле продолжалось полтора часа (для сравнения: традиционный показ идет около 15 минут) и за это время 100 лучших топ-моделей мира представили в общей сложности около 350 моделей – 40 новых и более 300 безвременных шедевров Сен-Лорана. Все было как всегда выдержано в строгой манере элегантности. Показ сопровождался видеорядом, рассказывающим о творческом пути дизайнера и комментировавшим историю того или иного наряда. Так, как только на подиум вышла Клаудия Шиффер в рубашке-сафари, шортах и шляпе, на экране появилась фотография знаменитой модели 1960-х годов графини Верушки в том же наряде для журнала Vogue 1966 года. В завершение праздника верная муза Сен-Лорана, Катрин Денев, пела в его честь. А когда дефиле подошло к концу, зал в течение пятнадцати минут аплодировал великому творцу моды.

Но, передохнув два года, легендарный Ив Сен-Лоран и его партнер Пьер Берже открыли двери своего нового культурного фонда и представили публике первую выставку под названием «Ив Сен-Лоран: диалог с искусством», которая охватывает все 40 лет творчества дизайнера и включает предметы из его архивов. Фонд намерен поддерживать и другие культурные и образовательные инициативы. Но самое главное не это. В одном из интервью Сен-Лоран сказал: «Я ищу нечто большее, чем то, что я делаю сегодня… Мы продолжим удивлять вас. Кто знает? В конце концов, мадемуазель Шанель вернулась в бизнес, когда ей был 71 год». Так что остается надежда, что великий кутюрье, которого французы считают национальным достоянием, вернется в мир Высокой моды.

СКИАПАРЕЛЛИ ЭЛЬЗА

(род. в 1890 г. – ум. в 1973 г.)

Женщина-«шокинг», или мастер модной провокации. К ней навеки приклеился имидж вечной соперницы Коко Шанель. Сама же она была настолько талантлива, самобытна и неповторима, что просто не приходит в голову ее с кем-то сравнивать. Эта женщина-новатор – не просто отдельная страница в истории моды, а целая эпоха. Всем ее изобретениям и нововведениям нет числа. Единственная сюрреалистка в моде, сотрудником у которой был сам Сальвадор Дали. Именно она придумала с ним для его жены Галы знаменитую шляпку в виде туфли. Ей же принадлежит изобретение первых в мире бутиков. И это далеко не все. Эльза Скиапарелли стала первой использовать искусственные ткани, сделала трикотаж достоянием не только мужчин, но и женщин, и придала ему лоск. Она является создателем стиля «богатая бедность», который сейчас особенно в моде (те самые дырки и заплатки на новых вещах). Ей принадлежит популяризация подплечиков и туфель на платформе. Эта итальянка выдумала брюки клеш, застежку-молнию – как элемент отделки. Она одевала звезд Голливуда в жизни и в кино. Ею сшиты все костюмы для Мей Уэст, во всех ее фильмах начиная с 1932 года. После знакомства с Фридой Кало Скиапарелли создала знаменитое платье «Мадам Ривера» и не менее нашумевшие духи к нему под названием «Шокинг». Специалисты проследили ее влияние на моду

вплоть до 80-х годов прошлого века и назвали лучшим модельером столетия.

Любая статья об Эльзе Скиапарелли, как правило, начинается рассказом о ее соперничестве с Великой Мадемуазель. Да, оно, несомненно, имело место. Не исключено, что дело было в творческом плагиате, причем со стороны Коко. Что на самом деле послужило причиной нешуточной вражды, навсегда осталось тайной этих двух талантливых женщин. Они были настолько непохожи, что их просто незачем сравнивать, для того чтобы увидеть разницу. Однако если Шанель была приверженцем классического стиля, хотя и совершила в нем революцию, безусловным новатором в истории моды является итальянка. Такие признанные авторитеты, как Жан-Поль Готье и Джон Галлиано, до сих пор используют в своем творчестве ее идеи.

Эльза Скиапарелли родилась в аристократической итальянской семье. Понятно, мало кто из домашних предполагал, что одна из их рода изберет такую маловозвышенную по тем временам профессию. Однако Эльза с самых малых лет всегда все решала сама. Для нее никто не был указом, что вызывало порой бурные семейные сцены. Взрывной итальянский темперамент давал о себе знать. Девушку вообще мало интересовала светская жизнь. Она никогда не одевалась так, как полагалось настоящей леди. Прежде всего удобство и функциональность, а уж затем красота. Однако наделенная от природы художественным вкусом и фантазией, она была не прочь соединить эти понятия.

Свою карьеру в модном бизнесе Эльза Скиапарелли начала достаточно поздно. Зато стремительно. В 1927 году, после того как ей в руки попал один из модных журналов, она открыла магазин спортивной одежды. Он назывался «Для спорта» и находился на Rue de la Paix. А спустя всего три года у Эльзы был собственный Дом моды. Все объяснялось просто – нетрадиционный взгляд на традиционные вещи. Париж, привыкший к потрясениям, любит тех, кому удается устроить ему настоящую встряску.

В то время готовой одежды не существовало. Индивидуальный подход – это, конечно, здорово, но не всегда удобно, ведь абсолютно отсутствует простор для комбинирования. Как-то внимание Эльзы привлек вязаный свитер на одном из ее американских знакомых. Оказалось, что его связала одна армянская семья, жившая неподалеку. Эльза нашла ее и предложила сотрудничество. Так в спортивной одежде от Скиапарелли появились трикотажные вещи. Ей вообще удалось изменить общественное мнение по отношению к вязаным

изделиям. Если раньше они считались достаточно грубыми и простонародными, то Скиапарелли удалось их сделать высокохудожественными. Собственно, придуманный узор – белый бант на черном фоне – и прославил итальянку.

Вот мнение Дилиса Э. Блума, куратора филадельфийской выставки, посвященной творчеству Эльзы Скиапарелли: «Она считала пошив одежды искусством, а не профессией. Моду – разновидностью архитектуры. Она жила в унисон со всем происходящим – в художественном, социальном, политическом смысле, и это ее вдохновляло». Это было время расцвета различных философских и культурных течений и направлений. Эльза впитывала их как губка. Конечно же, более всего на ее творчество оказал влияние сюрреализм. Шокирование было основным способом самовыражения Скиапарелли. Для многих она и была этим наиболее привлекательна. Особенно для звезд кино. Кинодивы Европы и Америки очень скоро стали ее постоянными клиентками. Особенно это касается Греты Гарбо, Марлен Дитрих и Мэй Уэст, которые с помощью модельеров, собственно, и творили моду того времени. Тогда одевались под своих кумиров, а не в каком-то стиле. Стоило Гарбо и Дитрих, с легкой руки Эльзы, надеть черные фетровые береты, как их стали носить женщины всего мира.

Скипиарелли была знакома почти со всеми мэтрами сюрреализма. Самыми яркими примерами отражения этого течения в ее творчестве являются знаменитое платье с огромным красным омаром (было создано для Уоллисс Симпсон, герцогини Виндзорской) и дамская сумочка в виде телефонного аппарата с вышитым золотым циферблатом. Вместе с Дали она выдумывала почти всю одежду для Галы. Примечательны также придуманные ею флаконы духов. Один из них был исполнен в форме горящей свечи. Он сразу стал причиной скандала, поскольку красный колпачок делал его похожим на фаллический символ. В чем тут же и обвинили дизайнера. Флакон же знаменитого «Шокинга» вошел в историю моды, целиком отвечая своему названию. Он был выполнен в виде торса любимой клиентки Скиапарелли – американской киноактрисы Мэй Уэст, пробка представляла собой вазу с цветами. Эта очередная безусловная дань сюрреализму являлась также маленькой местью любимице публики. Дело в том, что Мэй, то ли от большой занятости, а может, от взбалмошности или лени, не приезжала лично на примерки. Вместо этого она присылала манекен. И никакие уговоры и угрозы на нее не действовали. Тогда-то дизайнер и предприняла столь необычный ход. Поскольку духи стали суперпопулярными, актриса не обиделась. Правда, на примерки так и не являлась.

Многие работы Скиапарелли вполне уместно смотрелись бы и в современных модных магазинах. Например, брюки клеш. Что бы делали без них пресловутые хиппи!

Она придумывала пуговицы и аппликации в виде различных животных. Первой стала декорировать одежду застежками-молниями. Правда, защитники животных вряд ли воспылали к дизайнеру любовью. Чего стоят одни только придуманные ею сапоги из меха обезьян. Этот мех был включен даже в журналы для модниц.

Эльза не только сама придумывала ультрамодные вещи, но и удивительно тонко чувствовала покупательские предпочтения вообще. В середине 30-х годов француз Роже Вивье изобрел на основе ортопедической обуви туфли на платформе. Он безрезультатно предлагал свое творение различным компаниям. Идея эта казалась просто сумасшедшей. А значит, как раз подходила для нашей героини. В 1938 году она включила эти туфли в свою коллекцию. Результат нам известен – их стали носить и носят до сих пор. В 40-е годы это была самая распространенная обувь.

Во время Второй мировой войны Дом моды Скиапарелли успешно функционировал, хотя самой Эльзы не было в Европе. Она отправилась подальше от фашизма – за океан, объездив с лекциями всю Америку. Ее слава была там настолько велика, что Newsweek поместил ее фотографию на обложку одного из своих послевоенных номеров.

Еще перед войной Эльза Скиапарелли предложила новый модный стиль. Он был навеян популярными тогда историческими кинолентами (вспомним о ее сотрудничестве с Голливудом). Ею был предложен очень женственный силуэт: тонкая талия, покатые плечи, пышная юбка. Вам это ничего не напоминает? Однако разразившаяся в Европе катастрофа поломала все тенденции. То ли дизайнер не любила повторяться, то ли упустила момент. Как бы то ни было, мир привык считать этот стиль «бомбой Диора» 1947 года. Сам кутюрье утверждал, что его ему навеяли «Унесенные ветром».

По возвращении в Париж из-за океана Эльза Скиапарелли столкнулась с целым рядом трудностей чисто финансового плана. В 1953 году она представила на суд публики свою последнюю коллекцию и вскоре объявила о банкротстве. Наверное, при желании модельер-сюрреалистка могла еще долго бороться. Хотя есть мнения, что она просто не выдержала конкуренции со стороны молодых дизайнеров. Многих их них она очень хорошо знала лично, ведь они работали у нее ассистентами. Скорее всего, Скиапарелли просто дала им дорогу. Для нее ведь мода не была

бизнесом, ей не надо было бороться за прибыль. Рассмотрев достойную смену, она просто ушла в сторону. К тому же ей была дарована радость материнства. Оставшуюся жизнь, как и всю предыдущую, Эльза Скиапарелли прожила так, как хотела. А отпущено ей было немало. Эта женщина-легенда скончалась спустя 20 лет в Париже, в 1973 году.

ТВИГГИ

Настоящее имя – Лесли Хорнби

(род. в 1949 г.)

Девушка-тростинка, лицо 1960-х, эпохи молодежных революций, рок-н-ролла и мини-юбок. Она навсегда вошла в историю мира моды как одна из первых ярких супермоделей. С ее легкой руки на смену пышным формам звезд экрана 40–50-х годов в моду вошли хрупкие девушки. Ее стремительный взлет – яркий пример сказки Андерсена, волшебного превращения гадкого утенка в красивого лебедя. Карьера Твигги как профессиональной модели длилась всего четыре года, но перевернула сознание миллионов.

Лесли Хорнби родилась 19 сентября 1949 года в пригороде Лондона – Нисдене. Она была младшей дочерью в семье плотника и домохозяйки и всегда находилась в тени своих старших сестер Ширли и Вив. Невысокую и очень худенькую девочку одноклассницы женской школы Брондесбери, подростки на родной улице называли отнюдь не «тростинкой», в ходу были более жестокие прозвища – «щепка», «палка», «костлявая». «Когда мне было шестнадцать, я ненавидела свое отражение. Я хотела иметь более женственную фигуру. Помню, как, будучи подростком, я, идя на танцы, подкладывала клубки шерсти в

бюстгальтер». Мечты юной Лесли были совсем не честолюбивыми – завести «собственного» парня, ведь даже на выпускной вечер в школе она пришла с приятелем старшей сестры Вив.

После окончания школы Лесли устраивается на работу в парикмахерский салон господина Винсента. Здесь уже работала старшая сестра Вив, да и сама Лесли подрабатывала в выходные, когда училась в школе. Взрослая жизнь не разочаровала девушку, в салоне оценили ее профессиональные качества как дизайнера и визажиста, а еще у нее появился настоящий друг – Томми де Вильнев. Он первый разглядел и оценил нетипичную внешность подруги и порекомендовал ей податься в модели. Лесли над его предложением только посмеялась, но Томми пошел дальше: он познакомил ее со своим старшим братом Джастином. Этот момент можно назвать точкой отсчета совершенно новой жизни мисс Хорнби.

Джастин де Вильнев был тем, кого называют «продувной бестией»: на десять лет старше Лесли, торговец антиквариатом в одном из фешенебельных районов Лондона, любитель автогонок и гоночных машин, самоуверенный и дерзкий мужчина. Понятно, что шестнадцатилетняя девушка не смогла устоять перед ним, несмотря на протесты родных, которые хотели видеть рядом с юной дочерью «серьезного молодого человека со старомодными взглядами».

Джастин согласился с братом в том, что Лесли нужно попробовать себя в качестве фотомодели. Более того, он сам собрался вылепить из нее новую звезду. Девушке было придумано новое имя – Твигги, под которым вскоре она прославилась и навсегда вошла в историю модельного бизнеса. Затем ей немного подкорректировали внешний облик. Приятель Джастина, модный лондонский парикмахер Леонардо, более семи часов колдовал над ее новой прической и макияжем. Фотографию, рекламирующую салон Леонардо, сделал Барри Лагетан. «Темные румяна придают тоненькому, полудетскому личику девушки вид почти изможденный. Губы так свежи, словно их никогда не касалась помада. Громадные темные глаза, обрамленные тяжелыми от туши ресницами, кажутся порочными и томными… На ней школьная блузка с белым воротничком и скромный джемпер, но наброшено роскошное меховое манто». Снимок давно и прочно вошел в историю фотоискусства и время от времени появляется в серьезных журналах и альбомах.

Лесли, а теперь уже Твигги, на следующий день после рекламного снимка проснулась знаменитой. Успех ошеломил девушку: «Вчера я еще училась в школе, и вот мои фотографии появились на обложках журналов». Популярная лондонская газета

«Дейли экспресс» с подачи журналистки Дидры Мак-Шерри объявила Твигги «Лицом 1966 года» и поместила ее фотографию на центральном развороте.

Предложения о сотрудничестве стали сыпаться на 17-летнюю Твигги как из рога изобилия. Знаменитые фотографы, модельные агентства и журналы мод пытались заполучить себе девушку-андрогина. Случай в модном бизнесе небывалый – за право заключить с ней контракт модельные агентства вступали в конфликт друг с другом. Джастин тогда же организовывает фирму Twiggy Enterprise Ltd, во главе которой ставит отца Твигги. Они открывают бутики модной одежды не только в Лондоне, но и в Париже и Нью-Йорке.

Модель на подиумах демонстрирует новую моду на мини, которую создала Мэри Квант. Знаменитые мини-юбки, платьица в стиле «колокольчик» и «беби», к которым надевались детские гольфы. На Твигги стали равняться миллионы девушек Старого и Нового Света. Новая мода требовала новой фигуры, поэтому резко возрос спрос на средства для похудения. Хотя хрупкой от природы Лесли они не требовались, косметические компании платили ей за рекламу своей продукции для похудения солидные гонорары.

Число поклонников Твигги, как, впрочем, и сумма гонораров, возрастали в геометрической прогрессии. Вскоре ее заработная плата превысила жалованье премьер-министра Великобритании, а прибыли торговой фирмы начали приносить миллионы. Сама же Лесли Хорнби стала самой популярной моделью в мире.

Но, оказывается, деньги и слава были не самым важным в жизни Твигги. Эти четыре года стремительного взлета популярности она сама называет годами «безумия». С детства привыкшая серьезно относится к работе и деньгам, девушка честно и добросовестно работала на подиуме и фотостудии. Деньги она делила пополам с Джастином, ведь именно он помог ей сделать первые шаги к успеху. Хотя, честно говоря, профессия модели Лесли не очень нравилась, а огромные толпы поклонников, преследующие на каждом шагу, внушали ужас. И в 1970 году Твигги покидает мир моды, как она надеялась, навсегда.

Джастин не был в восторге от решения своей подруги, но решил продолжить карьеру Твигги в другом направлении. По его настоянию Лесли, имевшая от природы неплохой голос, записала свой первый альбом I need your hand in mine. В Европе пластинка успеха не имела, но была популярна в Японии, где долгое время возглавляла хит-парады. Затем Твигги и Джастин отправились покорять Америку.

Соединенные Штаты их не разочаровали. Они знакомятся с режиссером Кеном Расселом, который был настолько очарован Твигги, что предлагает ей главную роль в мюзикле «Приятель». Джастин настоял на участии Лесли в этом фильме, поэтому девушке срочно, в течение девяти месяцев, пришлось учиться танцевать, правильно петь и работать перед кинокамерой. Усилия Твигги были не напрасны. Фильм, вышедший на экраны в 1971 году, имел успех у зрителей и неплохие кассовые сборы. Исполнительница главной роли получила две премии – «Золотой глобус» как «самая многообещающая актриса-дебютантка» и «лучшая актриса в комедии и мюзикле».

На новом поприще карьера у Твигги стала складываться очень удачно, чего нельзя было сказать о личной жизни. С Джастином все чаще происходили размолвки по поводу работы. Наконец в 1974 году без его согласия Лесли решается на съемки в фильме «W» с Майклом Уитни. Роман между главными героями фильма плавно перешел в личную жизнь актеров. Твигги разрывает отношения с Джастином и переходит жить к Майклу. Ослепленная любовью, она не замечает дурных наклонностей Уитни – пристрастия к алкоголю и легким наркотикам. Счастливая женщина записывает новые альбомы Twiggy и Please Get My Name Right, которые имели коммерческий успех. Тогда же о ней стали говорить, что «все, к чему она прикасается, превращается в деньги».

14 июля 1977 года Лесли Хорнби сочеталась законным браком с Майклом Уитни, а 1 декабря 1978 года она родила сына Карли Саймона. Твигги забросила работу, поселилась в тихом Ричмонде и всю свою жизнь посвящала мужу и сыну. Но деятельной молодой женщине скоро снова захотелось на сцену, и она принимает предложение Томми Тьюна, с которым снималась в «Приятеле», сыграть в бродвейском мюзикле. Семья Уитни переезжает в Америку, где Твигги начинает репетировать главную роль в мюзикле «Единственная». Спектакль вышел в 1983 году, получив хорошую оценку зрителей и благоприятные отзывы в прессе. Пока Лесли занималась театром, Майкл переходил из запоя в запой, поэтому ради сына она решилась на развод.

В 1987 году на экраны вышел второй фильм с участием Твигги – «Мадам Сузацка». Фильм был не очень удачным, но судьбоносным. На съемках Лесли познакомилась с английским актером Леем Лоунсоном, за которого 23 сентября 1988 года вышла замуж. Твигги наконец получила все, о чем так мечтала, – крепкую семью и материальную независимость. Теперь она могла заниматься тем, чем хотела, не оглядываясь ни на чье мнение.

В 1998 году она заключила контракт на 170 тысяч долларов с

британской телекомпанией ITV, согласно которому начала вести телешоу Twiggy's people. Гостями шоу были звезды 60–70-х годов, с которыми она «сердечно беседовала», с ностальгией вспоминая былые времена. Кроме того, с Колином Ноленом, некогда знаменитым в Англии поп-певцом, на том же канале Твигги ведет популярную у англичан программу «Сегодня утром».

Удалившись из модельного бизнеса, Твигги, тем не менее, окончательно мир моды не покинула. Она запустила собственную косметическую серию Twiggy – Aroma Therapies for Face and Mind, со своими любимыми ароматами – бергамотом, вербеной, апельсином, жасмином, розой. Ее продукция насчитывает одиннадцать продуктов «для очищения кожи и успокоения души», среди которых кремы, тоники, увлажняющие и очищающие средства.

А в 2005 году Твигги снова возвращается в модельный бизнес. Ей предложили рекламировать косметическую продукцию Age Concern для женщин зрелого возраста. «Твигги одарена природной красотой, и очень важно, чтобы люди старшего поколения поняли, что в возрасте нет ничего страшного», – прокомментировала компания свое решение.

Восковая Твигги в своей мини-юбочке чинно сидит на скамейке в одном из залов Музея восковых фигур мадам Тюссо. А Лесли Хорнби продолжает жить полноценной жизнью. «Взросление вовсе не тревожит меня, хотя я часто бываю самокритичной, глядя на себя в зеркало. В естественном старении есть что-то пикантное, что-то по-своему сексуальное и привлекательное. Я стараюсь держать себя в форме – правильно питаюсь, занимаюсь пилатесом и танцем живота». Поэтому как пример для подражания для миллионов Твигги выходит в очередной раз на подиум. Счастливая женщина с богатым прошлым, деятельным настоящим и огромными планами на будущее.

ТОЛКАЧЕВА АЛИСА

Молодой российский дизайнер, художник-модельер-имиджмейкер, работающий в основном с известным артистам. Она создает сценические образы многих звезд российской эстрады: Анжелики Варум, Валерия Леонтьева, Леонида Агутина, Алики Смеховой, Ларисы Долиной, Олега Газманова, Валерия Меладзе и других. Член Союза дизайнеров с 2000 года, один из самых востребованных кутюрье российского мира моды. В ее коллекции – костюмы для 25 видеоклипов, 10 сольных программ эстрадных исполнителей и двух кинофильмов. Алиса Толкачева носит титул «Светская львица года» (1999, 2000 годы) и «Лицо года» (ежегодно начиная с 2000 года). В 1999 году Толкачева стала номинантом Национальной премии «Овация» на конкурсе «Платье года», став «самым востребованным человеком в сфере отечественного шоу-бизнеса».

Хотя многие считают Алису Толкачеву киевлянкой по рождению, на самом деле родилась она в далекой Воркуте, просто вскоре после рождения дочери семья переехала в столицу Украины. В Киеве прошло детство Алисы – «яркое, интересное, как у всех детей». Каникулы она проводила в Закарпатье, откуда родом была ее мама. «Помню, проснусь рано, умоюсь родниковой водой – она там какая-то особенная, – намажу кусок хлеба пастой из фасоли и иду в лес. Сколько там грибов, ягод! Солнце начинает всходить, а ты уже с полным лукошком идешь домой», – рассказывает Алиса о своем детстве. Очень рано в девочке

проснулся талант к рисованию. Частенько, сидя дома у старенького приемника, она слушала театральные постановки и рисовала все, о чем слышала. «Была раньше на Гостелерадио такая передача – “Театр у микрофона”, – вспоминает она. – Я ее очень любила. Мне доставляло огромное удовольствие рисовать картинки к спектаклям, звучащим в ней, представлять внешность персонажей и актеров».

Заметив в дочери страсть к рисованию, мама обустроила ей дома рабочий уголок, а потом отдала в художественную школу. Алиса сейчас считает, что тем, что попала в мир моды, она обязана своей маме: «Она любит безумно все красивое, и всегда обращала на это мое внимание. Несмотря на небольшую зарплату, мама постоянно водила меня в театры, музеи, выставки – я с детства была погружена в искусство… Позже я поняла, что мне нравится костюм, мода».

К окончанию школы у Толкачевой уже не было никаких сомнений в выборе профессии. Ей нравился костюм, ей нравилось рисовать, но шить моду она пока не собиралась – ей это казалось скучным. Поэтому девушка, мечтая стать оформителем книг, поступила на отделение графики в Киевский художественный институт. «В графике ты можешь выразить свое отношение к костюму, к линии, к пластике. Линия – быстрое выражение мысли. Холст – это другая история», – считает Алиса. Окончив институт и получив диплом художника-графика, выпускница устроилась сначала в киевский Доме моделей, затем – художником-модельером на трикотажную фабрику «Киевлянка». А позже организовала свою студию рисования при Дворце пионеров.

Однажды, когда Алиса отдыхала летом в Коктебеле вместе со своими друзьями-москвичами, те пригласили ее к себе в гости в Москву: «Давай приезжай, тут такое время, заработаешь кучу денег!» А незадолго перед этим подобный разговор состоялся у нее с однокурсником, Борисом Красновым, который сегодня – самый известный российский художник-оформитель эстрадных концертов. И Алиса сорвалась, бросив все. Пообещав матери, что вернется только с победой, она взяла папку с эскизами своих моделей, села в поезд и уехала к светлому будущему…

Однако Москва не спешила покоряться новому таланту, а начала испытывать ее на прочность. «Прошел месяц, второй, третий, – вспоминает Алиса это самое тяжелое для нее время, – никаких сдвигов. Деньги стали заканчиваться. Поначалу жила у родственников, потом поняла, что становлюсь обузой… Съехав от родственников, я сняла квартиру, но тех денег, что у меня оставались, на жизнь не хватало… Денег не было даже на метро.

Звонить и говорить маме, что питаюсь куриными кубиками и сухарями, я не могла. У нее был бы шок». И вернуться назад в Киев она не могла – было стыдно признаться, что у нее ничего не получилось. И Алиса осталась в Москве.

В это время она познакомилась с семьей москвичей, Костей и Аней Исаевыми. Если бы не они, не их поддержка, Алиса, наверное, все же не выдержала бы и уехала. «Если бы не Аня, я бы сломалась, – говорит Толкачева. – Она – мой идейный вдохновитель, единственный человек, поверивший в то, что я делаю; она всегда подстегивала меня и призывала не киснуть».

Однажды на «Песне года» Борис Краснов ввел Алису в модную тусовку. Там она познакомилась со многими артистами, там же состоялось ее главное знакомство – с Анжеликой Варум, сыгравшее решающую роль в судьбе Алисы Толкачевой. Анжелика сделала заказ, даже не посмотрев на эскизы. Алиса сразу увидела новый образ Варум – «декадансно-изысканная девочка из сказки»: «Живые цветы в волосах, блузка, расшитая жемчугом, туфельки, обтянутые гипюром, девочка модерна, полутонов». И она начала работать. «Я моталась по всей Москве, чтобы найти нужную пуговицу. Я выложилась вся – для меня не существовало ни личной жизни, ни просто самой себя, – рассказывает Алиса. – И мне, конечно, хотелось хоть маленького, но признания».

И признание не заставило себя долго ждать. «Знакомство с Варум действительно “выбросило” меня на звездный берег, где я развернула свою деятельность, – говорит Алиса. – Мной заинтересовались, со мной пытались связаться, мое имя стало часто упоминаться в тусовке. Посыпались заказы от наших звезд. Я поначалу растерялась, но, слава богу, головокружения не было».

Сегодня более 25 известных эстрадных исполнителей доверяют свой сценический образ Алисе. Валерий Леонтьев, Влад Сташевский, Азиза, Алена Апина, Ирина Салтыкова, Татьяна Буланова, Лариса Долина, Марина Хлебникова, Любовь Успенская, Тамара Гвердцители, Катя Лель, Вика Цыганова, Наталья Сенчукова, Михаил Шуфутинский, шоу-балет «Тодес» – это далеко не полный перечень звезд, которых одевает модельер. Каждому из них она полностью разрабатывает имидж – начиная с обуви и костюма и заканчивая украшениями, прической и макияжем. Иногда даже случается, так, что звезды «ревнуют к созданным ею костюмам: им кажется, что внимание публики приковано больше к нарядам, чем к ним самим». «Но это значит только, что песня “не тянет”, – говорит Алиса. – В мои задачи вовсе не входит “убить” артиста костюмом, а лишь выявить, подчеркнуть, усугубить главное и лучшее в нем, поэтому прежде

чем начать работать модельером, я работаю психологом». Приступая к созданию образа артиста, дизайнер внимательно изучает не только его характер, привычки и манеры, но и его походку, голос и песни, которые он поет. И лишь потом начинает экспериментировать, создавая костюм, подбирая аксессуары и макияж: «Меня должно в человеке что-то задеть. Иногда что-то прекрасное и интересное скрыто на глубине, а какая-то раздражающая нас черта, напротив, находится на поверхности. Когда я понимаю, что есть что, работа превращается для меня в захватывающее решение интересной задачки. Часто человека надо правильно подать. И он заиграет».

Алиса признается, что работать со звездами тяжело. «У меня выработались настоящие армейские привычки. У артистов в течение месяца решается вопрос о съемке клипа. Зачастую все подтверждается в последнюю неделю, остается лишь несколько дней. А он вдруг без примерки уезжает на гастроли в другой город. Я – студент по жизни, у меня все происходит в последнюю ночь. Это ужасно, но в то же время очень стимулирует. А еще я давно уже заметила: если ты делаешь платье заранее и оно у тебя висит, тут же появляется масса претензий, все хочется переделать». Но при этом она не терпит возражений. «Я как врач, – говорит она. – Если ты ко мне приходишь со своей проблемой, я прописываю комплексное лечение. А если начинаются несогласия, что “вот это не надо, а это я вижу так”: все, в ателье – на самолечение!»

Алиса попробовала себя и как художник по костюмам в нескольких фильмах: «Небо в алмазах» Василия Пичула, «Ландыш серебристый» Тиграна Кеосаяна, его продолжении «Ландыш серебристый-2» и «Черный принц» Анатолия Иванова.

Однако, помимо работы над сценическими образами, Алиса выпускает и самостоятельные коллекции. Первая же коллекция «Основной инстинкт», с которой молодой модельер дебютировала в 1998 году на Московской Неделе Высокой моды, стала «открытием года». Следующую коллекцию Алиса назвала «Тирамиссу», что в переводе с итальянского означает «шоколадный тортик». «В этой коллекции, – говорит модельер, – собраны какие-то сладости, которые я люблю, – это горький шоколад, это зефиры в шоколаде, вишня в шоколаде, леденцы на палочках. Есть такое понятие как кондитерский бисер, когда изделия посыпают бисером. Вся моя сладкая коллекция сдобрена бисером, только не кондитерским, конечно, а настоящим. Там идут очень сложные бисерные украшения, и некоторые топы весят до 3 кг. По образу – это сладкие, любимые женщины, женщины-конфетки». Эта коллекция была снята с показа на Неделе Высокой

моды в Москве, по официальной версии – из-за получасового опоздания Толкачевой на репетицию, по неофициальной – из-за конфликта с Валентином Юдашкиным.

За этой коллекцией последовали «Дикие лебеди», коллекция, посвященная Элизе, главной героине сказки Андерсена, «Мантисса», на которую ее вдохновила одноименная книга Джона Фаулза, мужская коллекция «Белый кролик».

Алиса Толкачева утверждает, что ее коллекции – это отражение ее самой, ее характера, настроения и любви. И даже больше всего именно любви. Во время работы над «Основным инстинктом» она находилась в состоянии страстной влюбленности, и коллекция получилась яркой и даже чуточку агрессивной. Зато ее третья коллекция «Дикие лебеди» – мягкая и нежная. «Сейчас это примирение», – говорит Алиса.

Большую часть своего времени Алиса проводит на работе. «Из-за этого у нас распался брак с моим мужем, – признается она. – Мужчины очень кидаются на образ, который уже создан: художница, симпатичная… Потом, когда они понимают обратную сторону медали – круглосуточная работа, прихожу домой поздно, вечерние тусовки – они необходимы, потому что это бизнес, я не люблю их и стараюсь не так часто появляться, но тем не менее, – мужчины просто не выдерживают и начинают ревновать к работе и обижаться на невнимание к ним. И я очень сильно разрываюсь и, наверное, теряю какую-то часть любви в своей жизни из-за того, что мне все приходится отдавать работе». От этого страдает и ее сын, который почти не видит мать дома. «У меня в жизни все какое-то черно-белое, к белой полосе обязательно иду по черной, – продолжает Алиса Толкачева. – Поскольку у меня такое имя, меня многие называют Алисой из Страны чудес – имеется в виду, что я из какой-то красивой сказки. А я вот думаю, у меня и впрямь все получается по этой сказке. Только «Алиса в Стране чудес» – сказка совсем не веселая. Как же кэрроловская Алиса намучилась: то ключик найдет – двери нет, то дверь есть – она сама слишком выросла, то маленькой стала – ключ вставить в замочную скважину не может. То карты нападают, то слез наплакала целый океан. Вот и я тоже: то слишком маленькая, то слишком большая – и так бесконечно»…

ТРУССАРДИ НИКОЛА

(род. в 1943 г. – ум. в 1999 г.)

История Дома моды Труссарди насчитывает почти столетнюю историю, но подлинный расцвет и всемирную известность он приобрел под руководством Никола Труссарди. Сочетая в себе таланты художника и менеджера, он сделал семейную фирму одной из ведущих в мире моды. С легкой руки дизайнера кожаная одежда, бывшая прерогативой неформальной молодежи – «рокеров» и «металлистов», стала появляться на подиумах при демонстрации Высокой моды. Ведущий модельер удостоен многих почетных наград, за большие заслуги в области моды в 1987 году награжден одной из самых почетных наград Итальянской Республики – орденом Большого Креста.

В 1910 году в маленьком итальянском городке Бергамо, который находится недалеко от Милана, кожевенник Данте Труссарди открыл небольшое предприятие по изготовлению перчаток. Фирма развивалась, вскоре перчатки из качественно обработанной кожи стали пользоваться заслуженным успехом у покупателей.

В 1970 году, после смерти отца и дяди, семейное предприятие, основанное дедом, переходит во владение 27-летнего племянника. К этому времени Никола успешно окончил экономический факультет Миланского католического

университета. Заниматься дизайном в его планы тогда не входило, он намеревался сделать научную карьеру и стать профессором экономики. Но жизнь распорядилась иначе.

К работе на фирме он, прежде всего, приступает как предприниматель, целеустремленно и грамотно. Первый шаг нового руководителя – покупка небольшого кожевенного завода. Никола досконально изучает новые методы выделки и отделки кожи, вникая во все детали этого производства. Со временем применение новых технологий позволило Дому моды значительно удешевить свою продукцию. Недорогое сырье после соответствующей выделки приобретало идеальные параметры и по внешнему виду ничем не отличалось от кожи дорогих сортов. Хотя для особых моделей дизайнер использовал экзотические дорогие материалы – кожу серны, крокодила, питона. Изучив тонкости кожевенного производства, Труссарди создает у себя на предприятии мощную дизайнерскую команду. В разные годы у него работали известные дизайнеры Дж. Скотт, Н. Грегуар.

Наконец в 1973 году на прилавках итальянских магазинов появилась кожаные изделия – сумки, чемоданы, мелкая кожаная галантерея новой марки и с новым логотипом. Вещи привлекали своим дизайном, превосходной выделкой кожи, практичностью и многофункциональностью. А элегантная борзая, символизирующая стремительность и постоянное движение вперед, отражала основные черты характера самого Никола Труссарди. Ее выбрал Никола для логотипа своего возрождающегося Дома моды: «Я видел множество картин и древнеегипетских барельефов, на которых были изображены эти животные, и был совершенно сражен их красотой и невероятной элегантностью».

Воодушевленный успехом Никола запускает в производство аксессуары для мужчин – бумажники, обувь, ремни, зонты. В производство входят придуманные дизайнером многофункциональные сумки и рюкзаки, в которых есть отделения, где кроме личных вещей можно поместить телефон, документы, дискеты и даже компьютер.

К 1976 году предприятие стало приносить такой доход, что Никола решает открыть в Милане первый магазин под собственным именем. К концу 1990-х сеть магазинов Труссарди по всему миру включала 183 бутика, среди них магазины в Париже, Санкт-Петербурге, Москве, Сингапуре, Гонконге, Токио. Домом моды было создано несколько совместных предприятий в Европе, США, Японии.

К созданию коллекций одежды Никола пришел уже признанным дизайнером. В 1983 году была представлена первая

коллекция женской одежды, через год, в 1984-м, – коллекция одежды для мужчин. Они были встречены с восторгом, модельер получил признание у коллег по цеху.

Страсть дизайнера к театральным эффектам и превращение каждого своего показа в яркое шоу – еще одна из особенностей стиля Труссарди. Модельер демонстрировал свои коллекции на самых знаменитых сценах Милана и всего мира. Для показов выбирались самые необычные места и декорации. Например, напротив главного миланского собора Дуомо, в замке Сфорцеско, в Академии Брера или петербургском Эрмитаже. «Для меня каждый показ несет в себе элемент театрального волшебства», – подчеркивал дизайнер.

Поэтому не удивительно, что Никола Труссарди участвовал во многих знаменитых театральных проектах в качестве театрального художника. Самые заметные его сценические работы – костюмы для выступления Хосе Каррераса в 1986 году и театральные костюмы для постановки оперы Джузеппе Верди «Макбет».

Стиль Дома моды Труссарди включает три основополагающие понятия – «динамизм, простота и естественность». Приверженец классического стиля, он в тоже время привносил в модели одежды свои новаторские разработки, экспериментируя с различными тканями. Модельер стремился создавать простую, удобную и функциональную одежду превосходного дизайна из сравнительно недорогого, но качественного материала. Он считал, что каждый покупатель сможет найти свою одежду в магазинах Труссарди.

Главная отличительная черта дизайнера – неотъемлемое присутствие в его коллекциях кожаных изделий. Именно благодаря его стараниям кожаная одежда вошла в мир Высокой моды. Никола всегда подчеркивал: «Кожа остается моей страстью, нашей традицией».

Начав работать в области модной одежды, Труссарди выпускает одну коллекцию за другой. В конце 1980-х годов его Дом моды запускает новые линии одежды, которые сразу же становятся популярными: 1986 год – Trussardi Action, 1988-й – Trussardi Jeans.

О любви дизайнера к спортивной одежде следует рассказать отдельно. Страстный любитель спорта, сам первоклассный водитель и пилот спортивного самолета, Никола со своей дизайнерской группой провел исследование различных материалов для спортивной одежды. В лабораториях Дома моды изучали самые новые ткани – «от микрофибы до микропор, от ультранепромокаемых до дышащих тканей, от самых теплых до

водоотталкивающих материалов». Результатом этих экспериментов и поисков стала вышедшая в 1989 году коллекция Trussardi Sport. Поэтому не удивительно, что Труссарди предложили создать спортивную форму для выступления сборной Италии на Олимпиаде 1987 года, проходившей в Сеуле.

В 1991 году Дом моды Труссарди впервые обратился к одежде от кутюр, представив коллекцию Trussardi Couture.

Весной 1996 году показом коллекции T-Store, дизайнер открывает линию качественной одежды для молодежи. «Лицом» молодежной линии стали его дети – Беатриче и Франческо, позже сюда пришли и младшие – Гайя и Томазо.

Постепенно Труссарди отказался от показа своих моделей манекенщицами с мировым именем. По мнению дизайнера, те модельеры, которые делают ставку на топ-моделей, сами ничего не стоят: «Мне не нужно прибегать к помощи известных моделей для демонстрации туалетов. Приятнее, когда они покупают мои вещи».

Дизайнера интересовала разработка не только одежды и кожаных аксессуаров. Модельер часто повторял: «Люблю посвящать свою работу разным людям и разным стилям их жизни, чтобы они всегда чувствовали себя естественно в своей среде». Никола пробовал себя в мебельном дизайне, проектировал велосипеды, яхты, телефоны. Его приглашали создать интерьер салона самолета для авиакомпании Alitalia и отделку знаменитого автомобиля «альфа-ромео».

Никола не ограничивал себя лишь дизайнерской деятельностью. В 1986 году он приобрел одно из исторических зданий в центре Милана, которое назвал Дворец Труссарди. В здании хватило места не только для Дома моды Труссарди с кафе и магазинами. Дворец стал культурным центром Милана, в котором проводились интересные и значимые события города – концерты Фрэнка Синатры, Лайзы Минелли, Самми Дэвиса, выставка работ Пабло Пикассо. В 1989 году дизайнер внес свой вклад в «Фонд охраны дикой природы», став организатором акции «Я спас дерево».

15 апреля 1999 года деятельность стремительного Никола Труссарди оборвалась. Страстный поклонник больших скоростей, 56-летний дизайнер попал в автомобильную катастрофу и умер в миланской больнице, не приходя в сознание.

Труссарди всегда говорил, что их бизнес – дело семейное, где обязательно присутствуют жена и четверо детей: Беатриче, Франческо, Гайя и Томазо. Они являются «опорой, поддерживающей в семейном бизнесе», и он «очень любит и гордится ими». Жена, Мария Луиза, руководила линиями женской

и детской одежды, разрабатывала оригинальные рисунки для тканей. Незадолго до гибели Никола назначил ее креативным директором компании и своей наследницей. Но она передала управление семейным бизнесом своим детям. После гибели отца Дом возглавили старший сын модельера – Франческо и дочь Беатриче. Франческо оправдал надежды, возложенные на него семьей. В 2002 году Finos Group, принадлежащая Дому Труссарди, директором которой являлся Франческо, заработала 125 миллионов евро, на 3 % процента улучшив свои показатели.

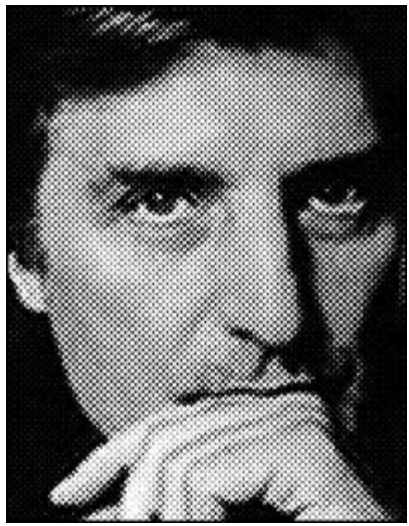
Беатриче занималась в основном дизайном Дома моды и курировала Фонд Николы Труссарди, который был основан им еще в 1996 году. Цель фонда, которую сформулировал дизайнер и поддержала Итальянская палата моды, состоит в поддержке молодых и талантливых модельеров. «Долина моды», созданная Труссарди, призвана «развивать искусство кроя и шитья в гармонии с другими видами искусства».

У Франческо были огромные планы на будущее, в многочисленных интервью он говорил о развитии Дома моды. Но его планам не суждено было осуществиться. 27 января 2003 года Франческо, как и его отец, погиб в автомобильной катастрофе в районе города Бергамо.

Сейчас Дом моды возглавляет Беатриче Труссарди. В мае 2003 года молодой дизайнер и предприниматель получила престижную премию итальянского бизнеса – «Менеджер года» им. Маризы Беллизарио. Империя моды, построенная энергией и талантом Никола Труссарди, не только не ослабила свои позиции в мире моды, но и успешно идет в будущее. Стремительная борзая, изображенная на всемирно известном логотипе, бежит все дальше и дальше…

УНГАРО ЭММАНУЭЛЬ

(род. в 1933 г.)



Говорят, что если кто и способен спасти Высокую моду от краха, так это он. Его жизнь и творчество всецело подчинены чувствам. Он влюблялся чуть ли не в каждую из своих клиенток. У него одевались не только звезды прошлых лет, но и те, чьи имена сегодня не сходят с газетных полос: Камерон Диаз, Сара Джессика Паркер, Кайли Миноуг, Кетрин Зета-Джонс. Недавно ему, сыну итальянского беженца, был вручен главный знак отличия Франции – орден Почетного легиона. Он вообще один из самых титулованных представителей мира моды, если говорить об орденах и премиях. Не только родная Франция, но и Япония, США, Италия, Китай, Испания, Германия и даже Мексика отдали дань его таланту. Как это ни парадоксально, Унгаро всегда шел против моды, рушил устоявшиеся стереотипы и традиции. Его часто называют самым независимым дизайнером. Даже сам термин «мода» признается им лишь как поведенческий. «Это слово устанавливает поверхностные отношения с жизнью. Миссия дизайнера – в предвосхищении прорыва, в угадывании будущего через осознание желаний», – утверждает мастер. Ярким подтверждением тому служит все его творчество.

Любовь к женщинам всегда вела Унгаро по жизни. Причем далеко не платоническая, что мало свойственно современным

кутюрье. Оливье Лапидус однажды заметил: «Как правило, численность модельеров воспроизводится без процесса размножения. Я же предпочитаю естественный путь». В Унгаро пылкость итальянца сочетается с любвеобильностью француза. О его романах ходят легенды. Видимо, не случайно, пусть и недолго, его женой была Анук Эме, воплотившая образ Женщины в знаменитом фильме Клода Лелуша.

Отец Эммануэля – Козимо Унгаро – был итальянцем. Он покинул родную страну, спасаясь от фашизма, и направился в тихую, как ему тогда казалось, Францию. Позже, уже став знаменитым, модельер с большой теплотой вспоминал о годах своего детства. «Нас было шестеро детей, вы представляете? Пятеро сыновей и одна дочка. Я второй по порядку номеров. Как отец и мать управлялись с этой оравой, я сейчас ума не приложу. Кошмар! Но они как-то умудрялись всех нас даже любить, а не только обувать-одевать-вытирать носы… Я думаю, это потому, что отец был шаман. Мы жили на юге Франции, в городишке Экс-на-Прованс, вокруг нас росли розы, много роз, и оливы. Отец выходил на крыльцо нашего дома, подзывал меня к себе и говорил: “Оливы никогда не теряют листья. И никогда не меняют цвет. Они стареют достойно, как мудрецы, не суетятся… Не понимаешь? Ничего, потом поймешь”. Вот таким был мой отец. Вот таким было мое детство». Через много лет, выросший настоящим мужчиной Эммануэль назовет Козимой свою дочь, отдавая дань памяти отцу и его мудрости. Ведь кроме всего прочего он до сих пор считает его своим главным учителем, научившим его волшебному искусству кроя и шитья. Но до этого было еще ой как далеко…

Страсть к шитью, собственно, и определившая будущий жизненный выбор, проявилась у будущего кутюрье еще в детстве. Оба родителя зарабатывали на жизнь шитьем, и старенький «Зингер» был почти семейной реликвией, а также лучшим другом и любимой игрушкой пятилетнего Эммануэля. Во время войны такой пусть очень дружной, но слишком большой семье было очень тяжело. В 16 лет наш герой переболел страшной болезнью – туберкулезом. Возможно, причина крылась в казавшейся безысходной нищете, но сам он после утверждал, что всему виной была несчастная любовь. Говорят, что предметом его первой страсти стала девушка-цыганка. Не исключено, что именно эта первая и потому очень сильная любовь и стала причиной того, что Унгаро на всю жизнь остался неравнодушен к ярким тканям и контрастным цветовым сочетаниям. Окончив в 1953 году школу портных, Эммануэль отправился покорять столицу моды – Париж. Ему посчастливилось, хотя нашлись бы люди, с этим в корне не

согласные. Человек, к которому начинающий дизайнер устроился на работу личным ассистентом, был гением и настоящей легендой мира моды, но в то же время одной из самых загадочных и суровых ее фигур. Это был великий испанец – Кристобаль Баленсиага. Следует заметить, что у Унгаро были и другие предложения, но он отклонял их в надежде получить это место, и не прогадал.

Семь лет, проведенные у Баленсиаги, стали неоценимой школой. Мастер был неразговорчив и всем словам предпочитал дело. В отличие от большинства кутюрье, в каждой его коллекции была модель, сшитая непосредственно им и вручную. Общение с ним развивало в его помощниках потрясающую интуицию, позволявшую впоследствии предвосхищать не только желание клиента, но и модные потребности и тенденции.

Только посредственность довольствуется достигнутым, таланту нужен рост. Однако собственное дело на одном голом энтузиазме не построишь, хотя и бывали прецеденты. После Баленсиаги Унгаро в течение двух лет работает в ателье другого мастера – Куррежа. Однако необходимая сумма все еще оставалась недостижимой. И тогда на выручку Эммануэлю пришла, конечно же, женщина. Ради исполнения мечты своего возлюбленного график Соня Кнапп, которая на протяжении многих лет оставалась главной музой и помощницей дизайнера, продала единственную свою ценность – автомобиль «порше». Вырученной суммы как раз хватило, чтобы оплатить трехмесячную аренду квартиры на улице Мак-Магон, где тут же и был устроен модный салон. Все это происходило в далеком 1965 году. До мировой славы было еще очень далеко, и потому будущему кумиру приходилось самому быть и секретарем, и продавцом, и мастером. Правда, работы Унгаро пришлись многим по душе, причем далеко не рядовым французам. Возможно, в этом свою роль сыграло и то, что дизайнер сразу принялся создавать коллекции от кутюр. Как известно, где популярность – там и деньги. Уже через три года дела позволили открыть бутик, специализировавшийся на моделях прет-а-порте. А в 1971 году наградой за работу дизайнера стала немецкая премия «Золотое веретено».

Удивительно, но только к 40 годам Унгаро наконец удалось купить свою первую машину. Тогда же он создал первую мужскую коллекцию, успех которой позволил наконец модельеру перенести свое дело из маленькой съемной квартиры на знаменитую авеню Монтень. Собственная торговая марка была зарегистрирована раньше – 6 сентября 1966 года. Как уже отмечалось, главной изюминкой творчества Унгаро стал цвет. Его

работы выделялись из общего ряда даже в эпоху всеобщего увлечения холодным космическим стилем. Яркость, страсть, женственность и сексуальность – именно такое впечатление оставляет одежда, созданная дизайнером. Некоторые даже берутся утверждать, что за всю историю костюма не создавалось «ничего более впечатляющего». Сам же Унгаро все объясняет очень просто, о чем заявлял не один раз: «Я создаю не платья, а эмоции. Нет эмоции – нет коллекции. А эмоции не бывают бесцветными. По крайней мере, у меня». Подобный подход отражается и на самой манере работы мастера. Дело в том, что в отличие от большинства своих коллег, дизайнер не делает эскизов своих моделей. То есть – никаких. До самого момента создания все существует только в его воображении. Некоторые утверждают, что такая одежда ведет себя как живая и не перестает трепетать даже на вешалке. Возможно, это происходит оттого, что процесс ее пошива носит какой-то уж очень личный характер. Кутюрье начинает создавать свои шедевры прямо на теле манекенщицы. Никаких выкроек, только Он и Она.

Коллекция, которая прославила имя Унгаро, была им представлена в 1972 году. Она просто потрясла публику. В первую очередь, конечно же, цветовыми и фактурными решениями. Все накладывалось друг на друга: кружева и вышивка, пятна и квадраты, ткани в горошек и в полоску. Если проследить творческий путь дизайнера, то может создаться впечатление, что он всегда лучше самих женщин знал, что им необходимо. Стоило утвердиться какой-либо моде, причем все равно, будь то силуэт, фактура, цвет или форма, как Унгаро предлагал прямо противоположное, и оно почти всегда принималось, потому как сразу нравилось. Возможно, секрет успеха мастера кроется в том, что он всегда считал себя обязанным только женщинам. Показательно также еще одно его высказывание: «В том, что я делаю, я ответственен только перед Господом Богом, собой и своими сотрудниками. И может быть, еще перед своей семьей» (мастер с 1989 года женат на итальянке Лауре Фанфани).

Унгаро принадлежит первенство в создании многих современных модных тенденций. Именно он придумал платье-трапецию и платье-кольчугу, впрочем, как и металлический лиф. При высоком статусе ему абсолютно не свойственна звездная болезнь. Дизайнер не очень-то жалует масс-медиа, и совсем не потому, что они делали достоянием гласности его многочисленные романы. Просто, по мнению Эммануэля Унгаро, средства массовой информации создали «неверное ощущение легкости» кутюрье. А это, в свою очередь, привело к тому, что «по

окончании портновской школы дипломированный специалист считает себя художником. Больше нет желания трудиться и учиться». Возможно, мастер в чем-то и прав. Сам же Унгаро, невзирая на возраст, работает не покладая рук. Подобно своему знаменитому коллеге Карлу Лагерфельду, он очень мало спит. Только бессонница эта крайне результативна. Под рукой у дизайнера всегда находится верный ноутбук, в который он заносит те идеи, которые днем успешно претворяет в жизнь. Лучшим доказательством успешности деятельности Эммануэля Унгаро служат более 50 именных бутиков и около 700 точек продаж по всему миру.

В 1996 году дизайнер передал руководство своим торговым Домом итальянской семье Феррагамо. Это позволило ему стать свободным в финансовом плане, сохранив одновременно творческую независимость. Результатом, помимо всего прочего, стало расширение спектра деятельности. Теперь желающие могут приобрести не только одежду, но и нижнее белье, купальники, обувь, сумки и даже солнцезащитные очки любимой марки. Дело в том, что, отказавшись договариваться с мощными финансовыми группами, Унгаро поступил очень мудро. Мало кто из современных именитых дизайнеров до сих пор остается собственником своих торговых марок. Заключенное же соглашение позволило ему оставить за собой наиболее стилеобразующую коллекцию любого модного дома – от кутюр. Знаменитый кутюрье при этом скромно заметил, что он надеется, что «старый конь борозды не испортит», а совсем уходить на покой ему рано, пока так и не разгадана тайна, чего же все-таки хотят женщины. Новые хозяева Дома Унгаро очень удачно подобрали дизайнера, сменившего мастера на его посту. С 1997 года арт-директором является Жан Батист Вали. Прежде он сотрудничал с такими известными марками, как Fendi и Krizia. Молодому дизайнеру удалось не только успешно вжиться в стиль Дома, но и талантливо его интерпретировать. И пускай его работы во многом коммерческие, но они так же женственны и многоцветны. Самые красивые дамы мира не в силах отказать себе в желании приобрести хотя бы одну из них. Софи Марсо и Пенелопа Крус, Изабель Аджани и Лиз Херли, Шэрон Стоун и Уитни Хьюстон с большим удовольствием облачаются в наряды от Унгаро.

Когда-то давно молодому, бедному и голодному Эммануэлю Унгаро пригрезился Дом моды его имени. Он ни на секунду не позволил себе усомниться в том, что все так и будет. На тридцатипятилетии Дома Унгаро, который сейчас занимает три этажа старинного особняка на легендарной улице Монтень,

собрались самые прекрасные женщины планеты, одетые в наряды от Унгаро. Розовый танцпол и интерьер в марокканском стиле, буйство красок и фантазии. Возможно, в воздухе витал аромат Desnuda – последнего парфюмерного творения мастера. Эти духи с прекрасным цветочным запахом уникальны еще и тем, что Унгаро снабдил их не чем-нибудь, а маленькой кисточкой для нанесения. Необычно? Да. Но, наверное, именно этого и хотят женщины.

ФАКТОР МАКС

(род. в 1872 г. – ум. в 1938 г.)

Один из пионеров в области производства декоративной косметики, основатель едва ли не популярнейшей в мире марки средств для макияжа. Человек, «подаривший» женщинам тональный крем, компактную пудру, накладные ресницы, водостойкую тушь, жидкую подводку для глаз, тени для век и еще много приятных и столь необходимых в повседневной жизни мелочей.

Перечислить всех, кто способствовал появлению на наших туалетных столиках такого обилия привычных косметических средств, невозможно. Однако XX век оставил нам в наследство имена, которые знакомы всем. Эти люди стали не только крупнейшими вехами в истории косметики, но и сумели полностью перевернуть представления своих современников о макияже. Речь пойдет о Максе Факторе – основателе одной из пяти крупнейших косметических империй, человеке, определившем «лицо» минувшего столетия.

Макс Фактор, ставший звездой Голливуда, родился в 1872 году в Польше, в городе Лодзе. После завершения специального обучения у себя на родине молодой человек переехал в Россию, где начал работать в Императорском театре в качестве гримера и парикмахера. В 1904 году он эмигрировал в Америку – подальше

от социально-политических катаклизмов.

Именно в США у Фактора, который открыл свой парфюмерно-косметический магазин, появилась идея создания для международной ярмарки в Сент-Луисе оригинальной коллекции декоративной косметики и парфюмерии. А поскольку в то время начался бурный период в развитии киноиндустрии в Лос-Анджелесе, предприимчивый гример перевез свою семью в Голливуд и в 1909 году открыл неподалеку от «Фабрики грез» собственную косметическую фирму Max Factor C°. Новое предприятие сразу же стало лидером в производстве грима и специальных косметических средств для кинематографа. Немалую роль в этом сыграл тот факт, что предприимчивый эмигрант предусмотрительно обустроился рядом с одной из недавно открывшихся крупных киностудий; актеры быстро распространили среди собратьев по профессии сведения о новом салоне. А после того как в 1914 году Макс Фактор разработал первый специально предназначенный для киносъемок грим (он выпускался в виде крема легкой текстуры), популярность фирмы превзошла все мыслимые и немыслимые масштабы.

Но яркие губы, матовая кожа и выразительно подведенные глаза недолго оставались прерогативой экранных див. Уже в 1916 году произошла своего рода революция в сфере представлений о женской красоте: часть ассортимента компании Max Factor C° была выпущена в розничную продажу. Прошло еще два года, и Макс изобрел знаменитый принцип «цветовой гармонии» макияжа. Впервые в истории косметики потребителям предлагалось согласовать пудру, румяна, тушь и помаду с собственным естественным тоном лица, цветом волос и глаз. Общенациональный масштаб торговля новой косметикой приобрела уже в 1927 году; спустя три года продукция Max Factor C° в буквальном смысле покорила женское население 81 страны мира. А ведь до начала 20-х годов использование декоративной косметики в быту считалось… крайне неприличным! В принципе, использовать ее разрешалось только актрисам театра и кино, а также представительницам древнейшей профессии…

Фактор был не только удачливым предпринимателем, но и счастливым отцом семейства. Сыновья охотно поддерживали его идеи и тоже посвятили себя развитию семейного бизнеса. В 1928 году Макс работал уже в сотрудничестве со взрослыми детьми. Теперь компаньоны занимались усовершенствованием и существенным расширением цветовой гаммы своей косметики: этого настоятельно требовал, в первую очередь, кумир миллионов – Голливуд. Дело в том, что с появлением цветной кинопленки перед гримерами встала непростая задача по реализации всех

преимуществ новшества. Тогда же появился и привычный для нас тюбик туши с кисточкой. За новые успешные разработки, а также за общий огромный вклад в развитие кинематографа Макс Фактор получил специальную премию Американской Академии киноискусств.

С появлением телевидения к make up снова стали предъявлять ряд специальных требований. Поэтому уже в 1932 году Макс Фактор приступил к разработке принципиально нового типа косметических средств; на его создание и на улучшение рецептуры потребовалось потратить 14 лет. Так что в 1946 году новинку от Max Factor C° запатентовал уже сын Макса…

В середине 30-х годов Фактор продолжил разработку «цветовой гармонии». Открыв собственную студию макияжа, глава фирмы создал в ней четыре разноцветных кабинета, которые, собственно, и предназначались для подбора правильных оттенков макияжа женщинам разных «цветовых типов». Так, к услугам блондинок был голубой, брюнеток – розовый, шатенок – персиковый, а рыжеволосых – зеленый кабинеты.

В 1935 году Фактор открыл филиал своей компании в столице Великобритании. Теперь в престижном районе Лондона работали салон красоты, отдел производства и экспорта и отдел по продажам по стране. А в военные годы, когда большинство предприятий невоенного направления оказались закрытыми, Макс Фактор умудрялся все же поддерживать производство – пусть и ограниченное! Постепенно число женщин, которые хотели стать похожими на голливудских звезд, становилось все больше. Популярность декоративной косметики стремительно возрастала как в Америке, так и в Европе. Видимо, убить интерес прекрасной половины человечества к собственной внешности не способен даже такой глобальный катаклизм, как Мировая война… «Империя грез» проникала всюду, где существовал хоть один кинотеатр, а с экрана шедевры от Макс Фактор очаровывали зрителей.

Знаменитый основатель фирмы ушел из жизни в 1938 году, достигнув вершины славы и признания. Незадолго до смерти Макс Фактор начал выпуск крема Pan-Cake – плотно спрессованного «блинчика» в круглой коробочке. Новинка моментально завоевала сердца актрис и тех женщин, которые хотели походить на них. К сожалению, это был последний «подарок» мастера своим клиентам…

Созданную им империю косметики Макс Фактор передал в руки своих сыновей, которые многие годы помогали ему добиваться успеха в создании новых коллекций и средств. Так что дело польского эмигранта не пришло в упадок после его смерти.

Напротив, наследники знаменитого гримера продолжили разработки отца. В результате, они сумели сделать собственную продукцию необходимой даже для… военных! В 40-х годах фирма занялась выпуском коллекции Pan-Cake, признанной не только медиками, но и специалистами из Министерства обороны: специальный грим использовался в качестве камуфляжа для бойцов на передовой и в тылу противника.

1950-е годы принесли с собой мир, постепенный выход из кризиса и… триумфальное шествие журналов мод. Теперь мир равнялся на символы красоты, воплощенные в девушках-манекенщицах. Естественно, последние никогда не обходились без косметики, что не могло не радовать владельцев соответствующих предприятий и фирм. В моду вошел стиль «тинейджер», и Max Factor снова оказался одним из первых законодателей make up, сразу же отреагировав на веяния времени и занявшись разработкой совершенно нового образа. Так, знаменитая фирма впервые стала выпускать первую компактную пудру Cream Puff, в рекламе которой приняла участие одна из ярчайших кинозвезд того времени Ава Гарднер, и светлую губную помаду. «Первой ласточкой» среди столь популярных в последствии пастельных тонов стала Roman Pink. А поскольку губы женщин теперь не столь явно акцентировались (это позволяло создавать ощущение юности и свежести лица), на смену стилю «женщины-вамп» пришел стиль «диско» с его выразительным макияжем глаз. В 60-х Max Factor вновь произвел фурор, предложив использовать накладные ресницы. Вслед за этим он ввел моду сначала на жидкую подводку для глаз, затем на водостойкую тушь и, наконец, на подушечки для снятия косметики. Кроме того, специалисты фирмы создали специальный макияж для телевидения, водостойкую косметику для кино и многое другое.

Мода быстро и уверенно топала в сторону «мини», создавая очередную «головную боль» для фирм, занятых производством косметики. Ведь новые тенденции привели к большей обнаженности фигуры, что требовало создания средств для защиты кожи и тела. Max Factor и здесь оказался «в струе»: его макияж Swedish Formula стал «пионером» солидной коллекции декоративной косметики, предназначенной для защиты кожи и не вызывающей аллергических реакций. А линия ароматов Aquarius впервые позволила женщинам наслаждаться любимым ароматом от принятия ванной до финальной капельки духов, завершающей туалет.

Естественно, со временем тенденции в моде на make up снова сместились. Можно сказать, специалисты решили попробовать

вернуть своих клиентов назад к природе: для создания грима, ароматов, средств по уходу и для защиты кожи стали использовать экстракты трав, авокадо, лимоны, яблоки, землянику. Соответственно изменилась и цветовая гамма декоративной косметики. Max Factor предложил своим клиентам California Look, которому больше всего подходили наименования «знойный» и «золотой». В 1970-х годах в мире начался самый настоящий бум косметики California Sun. Теперь в фаворе были натуральный румянец, блеск и яркая помада для губ, загорелая кожа, краска для век. Природа обделила вас яркостью? Что ж, оставалось обратиться к крему для загара от Max Factor и научиться пользоваться «тенями» и румянами! Позднее методы и технологии производства декоративной косметики были переданы консультанту № 1 в Великобритании – Аве Гарднер, которая работала в Max Factor в 1936–1987 годах. Традиция передачи опыта от консультанта к консультанту существует и сегодня.

В 1980-х годах знаменитая компания стала вообще недосягаемой для конкурентов благодаря приобретению фирмы Gala Cosmetics и выпуску трех новых линий косметических средств. А в 1991 году Max Factor Limited была приобретена компанией Procter & Gamble и стала частью ее Отделения косметики. Спустя два года торговая марка Max Factor получила наименование Max Factor International: она представлена в 32 странах Европы и более чем в 120 странах мира, являясь одной из самых популярных марок как в Старом, так и в Новом Свете.

…Сегодня в знаменитом в 30-е годы прошлого столетия салоне Макса Фактора работает музей красоты, который называют «драгоценным камнем в короне Голливуда». Интереснейшая экспозиция дает возможность познакомиться с более чем 80-летней историей голливудской косметики. А современные элегантные упаковки продукции фирмы помогают «рисовать» настоящее, сообразуясь со вкусом и характером каждого, делая жизнь более яркой и привлекательной.

ФАТ ЖАК

(род. в 1912 г. – ум. в 1954 г.)

Его явление было стремительным, ярким и недолгим. Смелый и решительный как в творчестве, так и в высказываниях. Яркие цвета, плавный изогнутый абрис моделей. Будто предчувствуя недолговечность отпущенной ему жизни, он стремился превратить ее в праздник. Его костюмированные балы известны всему Парижу. Парфюмерная продукция от Фата имела популярность у самых стильных женщин того времени. Марлен Дитрих, Ава Гарднер и Грета Гарбо оценили по достоинству эти ароматы.

Жак Фат родился в славную, но очень сложную эпоху. На его такую короткую жизнь пришлось две самых долгих и страшных войны столетия и небольшой отрезок мирной жизни, как раз в одно поколение. Правда, спокойным его тоже никак не назовешь. Великая депрессия с биржевыми лихорадками и финансовыми крахами терзала мир. Откуда же тогда смог взять этот дизайнер такой светлый, такой женственный, легкий и элегантный стиль, такое яркое и радостное видение мира?

В Германии к власти приходят фашисты, а во Франции 25-летний парень создает собственный Дом моды. Нет, это не пир во время чумы и даже не протест. Родина Коммуны всегда славилась стремлением к «свободе, равенству и братству». В те годы Франция как никогда была близка к социализму. Вспомним

советские демонстрации той эпохи, тот подъем и задор. В Париже же все происходило с поправкой на французский шарм и изысканность. Эльза Скиапарелли, Жан Пату, Коко Шанель уже сказали свое веское слово. Казалось, мир моды ничем нельзя удивить, но талант, настойчивость и трудоспособность способны на многое.

Осуществить задуманное Жаку Фату помогали всего двое рабочих и хрупкая красивая девушка Женевьева. Позже компания разрастется и идеи дизайнера будут притворять в жизнь уже 700 сотрудников. А красавица модель из соратницы превратиться в жену и мать.

Дом мод удалось открыть только в апреле 1944 года. Почти сразу, как немцы оставили Париж. Это стало символом возрождения французской моды, того, что жизнь продолжается. В настоящее время фирменный магазин компании находится как раз на том самом месте, где был открыт Дом. Слишком короткий творческий век достался Жаку Фату, поэтому, к величайшему сожалению, его очень мало знают. А ведь дизайнеру удавалось очень успешно конкурировать с самим Кристианом Диором. Первый же показ, состоявшийся все в том же 1944 году, превратился в настоящее шоу. Публика была в восторге. Истинной женственности и элегантности никогда не бывает много. Модели Фата были настолько совершенны, что их вполне можно назвать вневременными. Даже сегодня на каком-либо светском приеме они бы смотрелись не просто весьма уместно, но и потрясающе.

Как всякий модельер, желая создать законченный образ, Жак Фат обратился к производству парфюмерии. В 1950 году он основывает собственную компанию, выпускающую духи, которые также стали весьма популярными. У Фата начал свою карьеру тогда еще никому не известный молодой человек Юбер де Живанши. Он проработал ассистентом этого Модного дома 12 лет, до самого его закрытия в 1957 году. Не здесь ли таятся корни его блестящих дизайнерских находок, которые так потрясли мир?

Жак Фат умел превращать жизнь в праздник. Слава его костюмированных балов гремела по всему Парижу. Возможно, именно для них он придумал свое знаменитое бюстье. Ах, как благодарны ему за это современные женщины! Без данного изобретения не было бы такого удобного бюстгальтера на косточках. Съемные бретельки – также плод фантазии французского дизайнера. Итак, подробнее о том, что же все-таки бюстье. Это был совершенно новый элемент дамского белья. Эдакий совмещенный с коротким корсетом (чуть выше талии) бюстгальтер на косточках, как с бретельками так и без оных.

Особенно ценным он представлялся для вечерних туалетов, ведь за счет жесткого каркаса позволял прекрасно держать грудь, максимально ее оголяя. Как и когда-то корсет, только не столь варварски, новое изобретение позволяло улучшить фигуру, слегка затянув талию и подкорректировав бюст.

Шилось бюстье с минимальным количеством швов и таким образом, чтобы была возможность обнажить максимально не только плечи, но и спину. Фат вообще любил подчеркивать линию шеи. Особенно ярко это просматривается в его знаменитом красном платье après-midi с огромной шляпой, напоминающей перевернутое блюдо.

Как мужчина Жак Фат очень любил женщин, но как дизайнер обошелся однажды с ними не корректно, вызвав тем самым массу нареканий. Его даже чуть не обвинили в мужском шовинизме и все лишь благодаря знаменитой фразе, сказанной в 1954 году: «Женщины не могут быть хорошими модельерами… в скором времени все великие дизайнеры будут мужского пола». Какой смысл он на самом деле вкладывал в эти слова, остается загадкой. Кроме того, он добавлял: «Мода – это искусство. И никто не виноват, что в искусстве мужчины разбираются лучше женщин». Укол не остался безответным. Коко Шанель с присущей ей язвительностью тут же возразила, что «факты ответят этому извращенцу. Ведь он перед зеркалом примеряет женские костюмчики собственного Дома». Откуда уж такие сведения взяла Великая Мадемуазель, неизвестно, ее слова оказались пророческими. Работа женщин-модельеров: Стелы Маккартни, Донателлы Версаче, Мэри Квант и династии Лаудер служат лучшим подтверждением этому. Правда, и Фат строил свои умозаключения не на голом месте. Достаточно только взглянуть на целую плеяду молодых талантов, окружавших его в то время. Диор, Бальмен, Унгаро, Ферро, уже упоминавшийся Живанши и многие другие. И все они были мужчинами. Как тут не возгордиться?

Символу французской элегантности Жаку Фату не суждено было воочию увидеть наметившиеся в начале 1950-х годов модные тенденции. Любимец публики, он умер в 1954 году от лейкемии в самом расцвете лет и творческих сил в возрасте 42 лет. После его смерти вдова еще три года пыталась руководить компанией, но, к сожалению, безуспешно.

Спустя 37 лет возродить славную марку попробовал молодой и талантливый дизайнер Том Ван Линген. Его попытка увенчалась успехом. В 1995 году благодаря его усилиям компания стала лучшей по итогам года в Германии. Львиная доля успеха пришлась на парфюмерную продукцию. Как будто в отместку

судьба сыграла с Фатом злую шутку. Вернуть его детищу былую славу было доверено двум женщинам. Вначале пост художественного директора получила Елена Назарофф. Для нее «Жак Фат – неисчерпаемый источник вдохновения. Славное имя, история, прерванная на самом взлете». «Для меня здесь непочатый край работы, именно поэтому я согласилась занять эту должность. Она дает мне возможность реализовать собственные идеи. Я хочу работать во всех направлениях, создавать туфли, сумки, перчатки… Это будут совершенно необычные вещи», – заявила Елена.

Позже главным дизайнером Дома была назначена британский модельер Лиззи Дисней. «Меня очень вдохновляет Жак Фат и стиль жизни, которую он вел. Его одежда была не слишком молодежной – красиво скроенной и не шокирующей… Как и он, я предпочитаю работать с естественными тканями – такими как шелк и кашемировая шерсть», – говорит она. Контракт с компанией долгосрочный и предусматривает приостановку работы Лиззи над собственной линией, чтобы всецело посвятить себя данному проекту. Однако дизайнер не расстраивается. Она счастлива возрождать столь прославленное имя.

В настоящее время торговая марка Jacques Fath опять набирает популярность. Соблазн и элегантность непреходящи в моде. Прославленный бренд живет, а не просто остается историей. Полет не прервался, он продолжается навстречу радости и свету.

ФЕРРАГАМО САЛЬВАТОРЕ

(род. в 1898 г. – ум. в 1960 г.)

Его называли Микеланджело среди дизайнеров обуви. Сего именем связана целая эпоха. Трудно представить, что его знаменитые босоножки на пробковой платформе появились вследствие финансовых проблем.

Выражение «сапожник без сапог» как нельзя лучше характеризует детство Сальваторе Феррагамо. Он родился в деревне Бонито, расположенной недалеко от Неаполя, в очень бедной фермерской семье. Братья и сестры (десятеро старших и трое младших) жили довольно дружно, не впадая в уныние, когда на столе было пусто, и не строя никаких особенных иллюзий по поводу своего будущего. Исключением был лишь старший брат Агостино – сегодня бы его назвали вундеркиндом. Этот талантливый мальчик за год усвоил все, чему мог его научить местный учитель, и был полон решимости учиться дальше. Отец с матерью отправили его в Неаполь – на это пошли все скудные сбережения семьи. Вначале все шло прекрасно, Агостино в 19-летнем возрасте уже закончил университет и получил место преподавателя во Флоренции. Но чрезмерные усилия не прошли даром: молодой человек заболел пневмонией, и его ослабленный организм не справился с болезнью… После похорон сына родители решили, что больше ни один из детей не будет

продолжать учебу в городе.

Как и во многих семьях бедняков, дети (а нередко и родители) большую часть времени ходили босиком, а обувью пользовались только по выходным, когда шли в церковь или на рынок. Пара ботинок казалась Сальваторе недосягаемой мечтой, однако он довольно скоро решил, что делать обувь можно и самому. Правда, родители поначалу не одобрили выбор сына: профессия сапожника не относилась к числу уважаемых. Мальчика поочередно отправляли в ученики к цирюльнику, портному, плотнику… Результат был один и тот же: Сальваторе нигде не задерживался. То его признавали неперспективным учеником, то он попросту сбегал от мастера. Мечты о профессии сапожника родители воспринимали как блажь и слышать о них не желали. Помог случай.

Сестра Сальваторе Джузеппина со всей серьезностью готовилась к первому причастию. Принятые в Бонито правила приличия требовали, чтобы девочки приходили на первое причастие в белых туфельках. В семье Феррагамо была когда-то пара белых туфель, но они переходили от одной дочери к другой и, когда пришел черед Джузеппины, оказалось, что они полностью утратили цвет. Купить новые было не на что, занять – не у кого… Мать и Джузеппина плакали на кухне, сестры сочувственно качали головами, а Сальваторе постучал в дверь соседа-сапожника и выпросил у него (всего на одну ночь) маленькие колодки, немного белой ткани и картон. Утром, когда Джузеппина шла в церковь, на ее ногах красовались чудесные белые туфельки. После этого чуда родители уже не могли отказать Сальваторе, и он приступил к реализации своей мечты.

В 12 (а по другим данным – даже в 10) лет он уже вовсю работал подмастерьем у сапожника Луиджи. Усвоив все премудрости, которые мог показать ему мастер, мальчик отправился в Неаполь, чтобы повысить свою квалификацию у городских мастеров, а затем вернулся домой, занял денег и открыл свою первую мастерскую. Слух о маленьком сапожнике быстро распространился по всей Италии, у него появились заказчики. Однако Сальваторе понимал, что в Бонито ему становится тесно. Поэтому, когда братья написали ему из Америки длинное письмо, в котором говорилось о сказочных перспективах, – он, не задумываясь, отправился в путь.

Четырнадцатилетний эмигрант сошел на берег со 150 лирами в кармане рыжего габардинового пальто. Умел он только одно – делать обувь, причем вручную. В стране, где существовало множество обувных фабрик, его талант пропал бы впустую, если бы не встреча с костюмером склада American Film Company

(позже – XX Century Fox). Если с повседневной обувью в Америке проблем не было, то обувь для киноартистов была главной головной болью костюмеров. Ни одна компания не могла взяться за пошив удобной исторически достоверной обуви. Выбор был невелик: сапоги соответствовали либо эпохе, либо ноге. Сальваторе взялся решить эту проблему, вручную изготовив партию обуви к фильму «Алмаз с неба».

Актеры остались настолько довольны работой Феррагамо, что начали наперебой заказывать у него туфли и для повседневной жизни. Мэри Пикфорд, Дуглас Фэрбенкс, Пола Негри и Долорес дель Рио всецело доверились итальянскому мастеру, который принялся изобретать модели одна необычнее другой. Для сестры Мэри Пикфорд, Лолы, Сальваторе создал экстравагантные туфли в стиле «гранж» (и это в 1924 году!), потом изобрел туфли с открытым носком, придумав для них изящное название «французский пальчик» (french toe). А затем произвел настоящую сенсацию в мире моды, обув женщин в сандалии. Для этого Феррагамо пришлось устроить настоящую пиар-акцию: сшить первую пару для одной индийской принцессы. Новинка вызвала настоящий ажиотаж и скоро стала чрезвычайно популярной. Последующие модели были еще более экстравагантными: туфли на платформе, туфли со скрученным пробковым каблуком, разноцветные тапочки и туфли из перьев колибри…

Состояние модного сапожника стремительно росло, но главным подарком Америки Сальваторе считал не деньги или славу, а ответ на давно занимавший его вопрос: как правильно снимать мерку с ноги, чтобы в результате создавать идеально удобную обувь? В поисках истины он прослушал курс анатомии в университете Южной Калифорнии. Затем окончил химико-технологический факультет в Пенсильванском университете, чтобы узнать как можно больше о сопротивлении материалов. И наконец пришел к гениальному открытию: оказывается, при пошиве идеальной обуви нужно учитывать не только размер ноги клиента, но и его вес, чтобы свод стопы не расплющивался, а сохранял форму арки. Так Феррагамо открыл такую привычную для нас сегодня деталь, как супинатор.

Несмотря на шумный успех и процветание, Сальваторе все чаще думал об Италии. Он тосковал по своему маленькому Бонито и в конце концов, уже сорокалетним мужчиной, возвратился на родную землю. Там он совершенно случайно зашел к доктору. Разговор зашел о строении ноги. Дочь доктора, Ванда, согласилась послужить живой иллюстрацией к спору, сняла башмак и… великий Сальваторе Феррагамо влюбился в нее без памяти. В то время Ванде было всего 17 лет. Ни она сама, ни

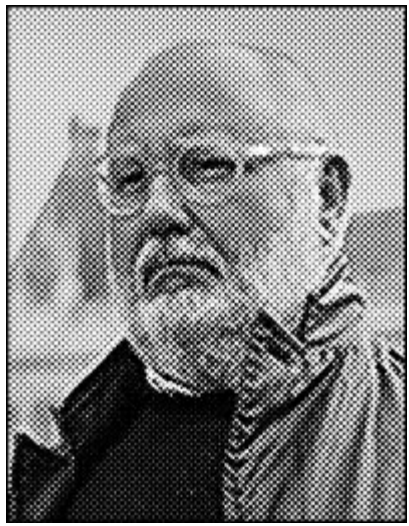
ее отец не были в восторге от такой партии, однако Сальваторе употребил все средства, чтобы добиться согласия любимой женщины. В конце концов она капитулировала и вышла за Феррагамо. У них родилось шестеро детей – Ферруччо, Леонардо, Массимо, Фьямма, Фулвия и Джованна.

Счастливое и богатое семейство поселилось в настоящем дворце – Ферони-Спини (Palazzo Feroni-Spini), который до сих пор является штаб-квартирой компании. Дела знаменитого сапожника по-прежнему идут лучше некуда. К 1950 году в компании Феррагамо работает семьсот рабочих, которые создают триста пятьдесят пар обуви в день. При таком объеме часть операций пришлось передать машинам, но Феррагамо настоял на том, чтобы основные операции все же производились вручную.

Сальваторе Феррагамо умер в 1960 году, но основанное им дело существует и сегодня. В настоящее время семья Феррагамо – одна из самых богатых, успешных и дружных семей во всей Италии. Бутик Ferragamo занимает весь первый этаж дворца Feroni-Spini, там продаются роскошная обувь, изысканные аксессуары, солнцезащитные очки и одежда, которую можно носить долго и никогда не чувствовать себя в ней «вне моды», и ароматы от Ferragamo, которые дополняют эту обувь и одежду. Президентом компании стала Ванда. Она исполнила самое заветное желание мужа: чтобы его имя стало именем модного дома и чтобы дети не разбежались кто куда, а остались в семейном бизнесе. Все дети Феррагамо работают в Модном доме, носящем имя отца, и с удовольствием вспоминают семейные предания о нем – человеке, вся жизнь которого прошла у ног первых красавиц мира.

ФЕРРЕ ДЖАНФРАНКО

(род. в 1944 г.)



Дизайнер, создатель Дома моды Gianfranco Ferre, который наряду с Домами Valentino, Armani и Versace является «флагманом» на только итальянской, но и мировой моды. Сейчас престижный логотип GFF – гарантия хорошего вкуса, современного дизайна и высокого стиля. Модельер несколько раз объявлялся лучшим дизайнером года, он обладатель множества престижных наград, среди которых «Золотой наперсток» – самая высшая награда в мире моды. С 1989 по 1996 год Ферре – главный художник Дома моды Кристиана Диора. В 1986 году правительством Италии за заслуги перед родиной произведен в командоры.

Девиз Ферре: «Каждый день начинать что-то новое, отвечать потребностям современного мира и индустрии дизайна, не быть жертвой своего “я”, не воспроизводить одежду прошлого». Начав с изготовления аксессуаров, сейчас модельер готовит коллекции прет-а-порте для Высокой моды. Он всегда чувствует изменения модных тенденций – во времена джинсового бума готовит коллекцию из денима, в середине 1980-х появляется эксклюзивная серия одежды из меха. И вместе с тем в нем присутствует тонкое понимание традиций и преемственности, что подтверждает восьмилетняя работа в Доме моды Кристиана Диора.

Джанфранко Ферре родился 15 августа 1944 года на севере Италии, в маленьком городке Ленгано. Дед и отец занимались семейным бизнесом – производили велосипеды.

Родственники никогда не видели сына продолжателем династии. Отец, например, мечтал чтобы Джанфранко освоил профессию фармацевта, тетя прочила ему карьеру священника. Но будущий модельер решил стать архитектором, поступив в Миланский политехнический институт. Учился он прилежно, в 1969 году защитил дипломную работу и получил степень доктора архитектуры. Но по специальности Ферре проработал всего два года.

Еще во время учебы в институте у Джанфранко появилось интересное увлечение – он придумывал и мастерил различные аксессуары: кожаные браслеты, ремни и другие безделушки. Как утверждает семейное предание, он их изготовлял вечерами за семейным обеденным столом. Свои произведения Ферре дарил многочисленным друзьям из богемной «тусовки» – архитекторам, художникам, модельерам. Однажды подруга детства, Иза Бертолини познакомила Ферре с четой Лимонта, – владельцами одного из самых популярных в Милане бутиков Biffi. Джанфранко предложили создать для фешенебельного магазина небольшую коллекцию изделий из кожи. Он сначала отказывался, ссылаясь на предстоящие вскоре экзамены, но потом уступил уговорам. Изделия Ферре – юбки и жилеты – были раскуплены в считанные дни.

Хозяйка бутика, оценив мастерство юноши, решила передать парня «в хорошие руки» и познакомила с маркизой Илеаной Спинала. Одно из изделий Ферре заметила на сестре маркизы журналистка итальянского журнала Vogue Анне Пиаджи. Эта великолепная вещь настолько поразила Анне, что она сразу же захотела встретиться с автором. Работы Ферре ее не разочаровали, и спустя некоторое время она заказывает Джанфранко аксессуары для большой фотосессии в Нью-Йорке.

Ферре заметили как талантливого дизайнера, и итальянские фирмы стали активно приглашать его к сотрудничеству. В 1971 году он работает с Oaks, создает юбки-парео, которыми можно было украшать интерьер. Затем разрабатывает коллекцию трикотажа для небольшой фирмы UP.2.90, специализирующейся на «рафинированной клиентуре». Одна из его коллекций даже была представлена в Палаццо Реале в Милане. Имя Ферре приобретает вес в мире итальянской моды, но он не дает себе отдыхать: работает сразу с несколькими фирмами, отслеживая весь процесс производства, от запуска до выхода готовой продукции.

Тогда же Ферре заключил контракт, который можно считать решающим шагом в карьере 25-летнего модельера, с генуэзской фирмой, производящей линии верхней одежды Courlande и плащи San Giorgio. Модельер придумывал для своих пальто и плащей такие «фишки», которые отличали его изделия от других. Старейший итальянский модельер Мария Пецци еще тогда отметила молодого дизайнера: «Среди молодых талантов был один архитектор, о котором я знала только то, что его зовут Джанфранко Ферре… Меня потрясли его спортивные пальто, особенно группа пальто с вшитым в них рюкзаком. Без сомнения, его ожидало большое будущее».

А пока фирма предложила Ферре заниматься линией одежды Ketch, остромодной по стилю, но дешевой по цене. Производство таких вещей возможно только в странах третьего мира, поэтому, чтобы проконтролировать весь процесс работы, в 1972 году дизайнер отправляется в Индию. Три года, проведенные там, обогатили не только творческий, но и управленческий опыт работы. За это время он досконально изучает все циклы швейного производства и разнообразные ручные текстильные ремесла техники ткачества.

Когда в конце 1975 года Ферре возвращается в Италию, его приглашает к себе модельером Франко Маттиоли – производитель одежды под лейблами Baila и Dei Mattioli. Джанфранко стал работать над первой своей полноценной коллекцией для Baila by Ferre. «Я стал модельером скорее благодаря долгому опыту работы на Востоке, чем в проектной мастерской. После Индии в моей голове начал оформляться образ моей героини. Новый буржуазный городской стиль». Героиня Ферре, «царственная, аристократка, бесподобная в своей изощренной простоте и истинной роскоши».

Маттиоли отзывался о работе Джанфранко только в превосходных степенях, но коммерческого успеха коллекция не имела, вещи на тот момент были слишком уж авангардными. Прошло еще три года, прежде чем в 1978 году Маттиоли и Ферре создали совместную фирму Gianfranco Ferre. Уже в октябре Ферре решил представить первую коллекцию новой фирмы под названием Alta-Moda-Pronta, так что времени на выбор ткани практически не было. У Маттиоли нашлись только «мужские» ткани, и Джанфранко на их основе создал женскую коллекцию. Модельер работал практически круглые сутки, и результаты показа превзошли все ожидания. Модная Италия была сражена одеждой строгого классического силуэта из крепа пастельных тонов. Особенно ценной была похвала серьезного американского журнала моды WWD: «Ферре неподражаем. Это единственный

итальянец, понимающий, что такое искусство кроя». Публикация означала – дизайнер вышел на международный уровень.

А первая коллекция, за которую модельер был награжден в 1982 году престижной «портновской» премией «Золотой глаз», называлась Oaks by Ferre. Сейчас у Ферре насчитывается уже шесть таких премий. В том же, 1982 году дизайнер впервые создает коллекцию одежды для мужчин. В 1984 году он выпускает первый парфюм для женщин Gianfranco Ferre, а последующие пять ароматов делает специально под свои коллекции одежды для женщин и мужчин.

Фирма Ферре постепенно разрастается в Дом моды, приобретая все больший вес в мировой модной индустрии. О престиже модельера говорит тот факт, что в 1984 году его пригласили делать коллекции прет-а-порте для знаменитого Дома моды Кристиана Диора. Ферре отказался: «Я делаю свое прет-а-порте, и мне этого достаточно».

22 июля 1986 года дебютировала коллекция Высокой моды Ферре на показах Alta Moda в Риме. Восторженные журналисты писали об этом показе: «Триумфальный успех. Джанфранко Ферре соединил современную технологию со старинным искусством рукоделия». 70 авторских моделей, объединенные серым цветом, изредка разбавляемые белым, красным и черным цветом. Платья, вышитые стразами, ручная вышивка, русский соболь, крокодиловая кожа… Роскошная элегантность и элегантная роскошь».

В мае 1989 года мир моды облетела новость – Марк Боан, ведущий модельер Дома моды Диора подает в отставку. Дирекция «Диора» вторично обратилась к Джанфранко Ферре с просьбой о сотрудничестве. Но в этот раз ему предлагали место артистического директора Дома моды Кристиана Диора. Впервые модельер иностранного происхождения возглавил один из ведущих французских Домов моды. Контракт был подписан на 5 лет, затем продлен до 1997 года.

Ровно через три года, после первой коллекции Высокой моды, 22 июля 1989 года Ферре представляет коллекцию от кутюр Дома моды Кристиана Диора. После показа девяностолетняя Маргарет Карре, правая рука Диора, заявила: «Диор вернулся, я почувствовала, как он ожил на этом подиуме». А неделю спустя, в музее Гальера, в официально-торжественной обстановке Джанфранко Ферре премировали «Золотым наперстком». Эта престижная французская награда впервые вручалась иностранцу.

На протяжении восьми лет, при демонстрации каждой новой коллекции Ферре, говорили о «возвращении» Диора. Классическая красота, изысканность и утонченность в сочетании

с богатым декором неизменно возносили модели на олимп Высокой моды. Считается, что творения Ферре были лучшими из всего, что выпускалось под логотипом Cristian Dior со времени его основания. Это прочувствовала и клиентура знаменитого Дома – старые и новые заказчики раскупали одежду прямо с подиума.

Всегда ошеломительные успехи его коллекций – заслуга не только таланта модельера. Это еще и его поразительная трудоспособность – Ферре может работать по 14 часов в день, – и умение заразить своими идеями команду. Коллеги дизайнера отмечают: «Главное достоинство Джанфранко – это трудолюбие. Он человек исключительного такта, выдержки и гибкости».

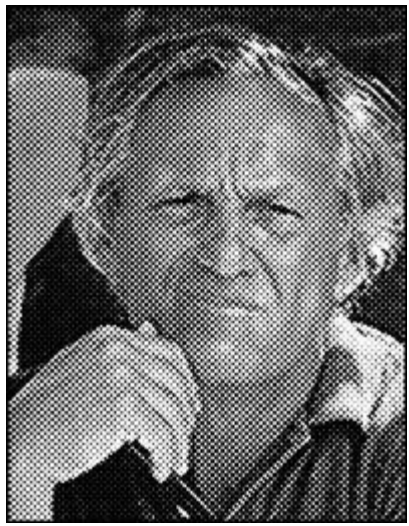
8 октября 1996 года Ферре показал свою последнюю коллекцию прет-а-порте для Дома моды Диора. В зените своей славы модельер возвращался к своему детищу, Дому моды Gianfranco Ferre в Милане. В интервью он заявил: «Я больше никогда не буду создавать моду от кутюр. Ни под своим именем, ни под чьим-либо другим. Подобное удовольствие можно доставить себе лишь в Париже, в Доме Диора».

Полностью посвящая себя работе в своей фирме, Дом моды в конце 1990-х годов «выдал» несколько новых линий в одежде. В 1996 году – Gianfranco Ferre Jeans, в 1997 году – Gianfranco Ferre Studio, в 1998-м – Gianfranco Ferre Sport и Gianfranco Ferre Golf.

Время расставило все на свои места. Джанфранко Ферре продолжает регулярно создавать изысканные коллекции прет-а-порте класса люкс. Возвращение к Высокой моде дизайнер прокомментировал в прессе так: «Годы, проведенные у Диора, оставили мне огромный багаж. Это и опыт, и любовь, и страсть, и дружеские взаимоотношения как с сотрудниками, так и с клиентами». И снова он идет в свою миланскую студию и начинает экспериментировать с тканью. Ведь он создает одежду не на час, а на годы и десятилетия.

ФЕРРО ЛУИ

(род. в 1920(21) г. – ум. в 1999 г.)



Это, пожалуй, единственный среди кутюрье, кого можно было бы с полным правом назвать художником-модельером. Дело в том, что Ферро начинал свою карьеру как живописец, а уже потом, в достаточно зрелом возрасте, открыл для себя или себя для мира моды. Именно дружба с людьми известными и состоятельными навела его на эту мысль. Недаром свой первый бутик Луи открыл в Каннах – городе звезд. Если бы не одна из них, возможно, его карьера дизайнера сложилась бы по-иному. Но все случилось, как случилось. Молодая и фантастически красивая Брижит Бардо, секс-символ не одного поколения, однажды примерив одежду от Ферро, влюбилась в нее навсегда. Позже он стал личным стилистом актрисы. С ее легкой руки дизайнер просто ворвался в мир кино. Он не только одевал большинство голливудских див своего времени, но и создал костюмы для 12 кинофильмов. Его постоянными клиентами были и мужчины, например Ричард Бартон и Жан Габен. Дом Ферро открыл миру Пера Спука и Жана-Луи Шеррера. Кроме всего прочего перу дизайнера принадлежат две книги: «Лето пингвина» (1978 год) и «Зима сумасшедших» (1986 год). Он является обладателем титула «Лучший-1988», «Принц искусства жизни» (1991 год) и двух «Золотых наперстков» (1978 и 1984 годы). В настоящее время Дом Ферро продолжает удерживать свой звездный статус. Доказательством может служить тот факт,

что платья из его коллекций были и у Наины Ельциной, и у Хилари Клинтон в период президентства их мужей.

Будущий гений модельного бизнеса в детстве, впрочем, как и в юности, вовсе не помышлял о нем. Читая биографии его наиболее именитых коллег, невольно поражаешься, насколько целеустремленно, с самых ранних лет они шли к своему призванию. Либо же неожиданно, даже для самих себя (как Карл Лагерфельд), добивались успеха в самом юном возрасте. Ничего подобного нельзя рассказать о Луи Ферро. Правда, подобно, например, Унгаро, он родился в прекрасном южном французском Провансе. Это тогда малопримечательное событие произошло в семействе пекаря города Арль. Возможно, всему виной была профессия отца, но в детстве маленький Луи мечтал стать кондитером. Однако впоследствии он почему-то получил специальность электрика. Но не надо думать, что именно после этого мир моды распахнул ему свои объятия. Отнюдь! Дальше нашего героя ждала настоящая мужская работа – служба в армии, а потом труд охранника. И только в 1947 году, переселившись в Канны, Луи Ферро нашел себя. Он стал… художником.

Юг Франции, безусловно, располагал к живописи. Незадолго перед тем это доказали импрессионисты. Однако Ферро не то чтобы очень стремился к славе Гогена или Сезанна, скорее всего это был наиболее приемлемый способ заработка. Талант и обаяние вскоре превратили его в весьма популярную светскую личность. Канны как нельзя более располагали к дружбе со звездами. А им, как известно, полагается блистать и поражать воображение, которое у нашего героя было чрезвычайно живым и богатым. Все решил, как это иногда случается, его величество Случай. Один из постоянных покупателей картин Ферро занимался текстилем. Он-то и предложил молодому человеку попробовать придумать узоры для тканей. Возможность сделать окружавших красивых женщин еще прекраснее нашла живой отклик в его душе. А где ткани, там недалеко до моделей. «Надо смотреть на вещи трезво. Мои картины вряд ли будут висеть в Лувре, а в моде я смогу сделать многое». Так по прошествии многих лет вспоминал о своем выборе Луи Ферро.

Итак, покорение модного Олимпа была начато не с Парижа, а все с тех же Канн. Именно там в 1950 году начинающий дизайнер открыл свой первый бутик. А уже через два года им был представлен первый большой показ. Новое имя было встречено более чем благосклонно, но настоящий оглушительный успех пришел чуть позже. Его принесла с собой, как это часто бывает, очаровательная женщина. В то время было очень модным

опрашивать различных знаменитостей о их предпочтениях. Так вот на вопрос об их эталоне женщины большинство мужчин давало однозначный ответ – Брижит Бардо. Она, собственно, и стала идеальной рекламой для марки Луи Ферро. Эта фея кинематографа всегда находилась под самым пристальным вниманием масс-медиа. И вот когда однажды она зашла и купила у Ферро легкое летнее платье из белого пике, это тут же стало достоянием широкой общественности. Интересно то, что данная модель сопровождалась девизом: «Рожденное на теле». Возможно, именно он и привлек внимание кинодивы. Что было позже, рассказывал сам дизайнер: «В течение недели каждая женщина на побережье д'Азура купила у меня такое же маленькое белое платье. Мы продали около 500 таких платьев за несколько дней». О такой силе рекламы современные PR-щики могут только мечтать.

После такого оглушительного успеха Ферро мог позволить себе переселиться в Париж на улицу Фобур Сант-Оноре, недалеко от Елисейских Полей. Произошло это в 1955 году. Так же, как это произошло в свое время у Живанши, мир кинематографа распахнул дизайнеру свои объятия. Ему стали очень часто предлагать создавать костюмы для фильмов. Причем как с участием Брижит Бардо, так и без. Кроме того, его постоянными клиентами стали многие голливудские звезды. Их можно было понять. Одежда Ферро была чрезвычайно женственной и, что немаловажно, оригинальной. Дизайнер не боялся сочетать различные стили и фактуры, и это ему с блеском удавалось.

В 1958 году Луи Ферро допускают в мир «небожителей» – создателей Высокой моды. Именно тогда состоялся первый показ его коллекции от кутюр. В результате был заключен контракт с Олегом Кассини, который стал продвигать одежду Ферро на американском рынке. Впоследствии за океаном продавались не только текстильные, но и живописные шедевры мастера. Дело в том, что даже достигнув самого высокого положения в мире моды, Луи не оставлял кисти и краски. Новая грань творчества только подстегнула его воображение. Теперь на полотне запечатлевались не только залитые солнцем пейзажи, цветы, но и сильные красивые тела, впечатления от моделей и кинозвезд. 1988 год стал для Ферро очень удачным. Им была представлена на суд публики выставка картин с показательным названием «Шедевры». Ею можно было насладиться в Большом выставочном зале Парижа. Кроме того, дизайнеру была присуждена награда «Лучший-1988». После этого в течение целого ряда лет по всему миру прошла целая серия выставок его картин. Живопись стала той отдушиной, которая поддерживала мастера в последние годы

его жизни. В 1995 году Луи Ферро был поставлен страшный диагноз – болезнь Альцгеймера. После вердикта врачей он принял решение передать бразды правления всеми делами дочери Доминик (она более известна, как Кики – Kiki). Жена Зизи и друзья дизайнера помогают ей во всем.

Ферро утверждал, что для него «создание новой коллекции подобно созданию нового языка с его новым алфавитом, новыми словами и неизвестным синтаксисом». За долгую жизнь ему удалось, пожалуй, придумать целую языковую группу, а то и семью. Это и простой южный стиль, которому мы обязаны капри и знаменитым белым платьем. И необычность ярких графических рисунков, и возвышенная простота и элегантность геометрических черно-белых сочетаний. Универсализм и королевская роскошь, простые цветовые решения и фейерверк красок.

На картинах Ферро часто изображал ангелов – особенно таких, которые украшали южно-французские церкви. Более позднее творчество запечатлевало ближайших помощников Господа уже обнаженными. Такие картины особенно успешно продавались в Японии. Надо надеяться, что Всевышний не остался на художника в обиде. Четыре года боролся Луи Ферро со своим недугом, но… 28 декабря 1999 года он умер в Париже, в своей квартире.

В настоящее время дело всей жизни французского дизайнера находится в руках трех хозяев. По 45 % акций принадлежат голландской Seeon и немецкой Escada. Это большие группы компаний, твердо стоящие на ногах. Держателем оставшихся 10 % акций является Майкл Ровер – новый директор Дома Ферро. Дизайнером же является Иван Миспелер, который, по его словам, очень рад появившейся возможности продолжить традиции столь славного Дома. Ему импонирует «слегка фривольный стиль одежды, люкс, который не воспринимается слишком серьезно, который не драматизируется». Возродить миф о француженке как о какой-то необыкновенной женщине – вот мечта дизайнера.

Дом Ферро славится не только одеждой. Нижнее белье, стильные аксессуары, бижутерия и духи так же пользуются неизменным спросом. Какая бы модница отказалась от элегантного шейного платка или солнцезащитных очков со всемирно известным логотипом? А совсем недавно, в 2004 году Дом Ферро представил на суд публики новый аромат. В этой связи примечательны два факта. Это первые духи за последние двадцать лет, разработанные маркой, и их презентация прошла не в какой-либо европейской столице, а в Москве. В Париже они были показаны только через два месяца. Флакон, содержащий

аромат, создан по мотивам одного из платьев, которое было представлено именно в Российской столице в 1968 году. Но главная причина такого, в общем-то, необычного выбора, заключена в том, что, по мнению французских создателей, с одной стороны – российская парфюмерная продукция не уступает их, с другой – именно здесь «понятие joie de vivre (радость жизни), выражается так искренне, как ни в одной стране мира».

Гению Ферро в мировой истории моды принадлежит, по меткому высказыванию одного из журналистов, создание «образа сияющей, прекрасной и по-настоящему счастливой женщины». Возможно, весь секрет успеха его Дома состоит в том, что единственное, чего, по его собственному признанию, всегда хотелось его создателю, так это угождать представительницам слабой половины человечества. И ему это, безусловно, удалось.

ФОРД ТОМ

(род. в 1962 г.)

Дизайнер с деловой хваткой или делец с талантом модельера. Модельер, вернувший бренду Gucci весь блеск и величие. Вместе с Доминико де Солле он сделал из этого по сути семейного предприятия, стоявшего на пороге полного краха, процветающую корпорацию, занимающую вторую позицию на рынке модной одежды. За 10 лет его руководства в должности креативного директора, торговый Дом Гуччи увеличил свой годовой оборот со 120 млн до 3,2 млрд долларов. Инвестиции же в рекламу увеличились в 23 (!) раза. Постоянными клиентами Дома стали Стинг, Том Хэнкс, Дженифер Лопес и Хелен Хант. Подобного чисто экономического чуда не удавалось совершить ни одному из современных дизайнеров. Возможно, все дело в фамилии.

Том Форд – фигура в мире моды безусловно легендарная, но при этом весьма неоднозначная. Будучи человеком весьма открытым и не чурающимся прессы, он тем не менее всегда ставил окружающих в тупик. Как правило, это были вопросы: «Но почему?» или «Как ему это удалось?». Уже став непререкаемым авторитетом среди производителей предметов роскоши, он не обладал собственной торговой маркой. Ею он обзавелся, только практически покинув этот бизнес. Человек не сведущий, ознакомившись с биографией Форда, мог бы счесть его любимцем

фортуны, так рано и так быстро он добился самого высокого положения. Тогда выходит, что удача покинула дизайнера, едва ему исполнилось сорок лет. Если же внимательно всмотреться в события жизни Тома, становиться ясно, что все его победы и поражения – плоды его собственных усилий. Есть люди, которые тем большего достигают, чем меньше над ними начальников. Итак…

В отличие от большинства именитых модельеров, Том Форд является уроженцем Нового Света. Так сказать, свежая кровь в старом бизнесе. Он родился в 1962 году в США, в штате, наиболее далеком от всяческих излишеств и роскоши – Техасе. Здесь даже люди очень богатые предпочитают самый простой и практичный стиль. Хотя Том появился на свет в крупном административном центре Остине, его детство прошло в Санта-Фе (Нью-Мексико). Это не помешало амбициозному молодому человеку в 18 лет из самой глубинки отправиться покорять Нью-Йорк. Там он даже поступил в университет на курс истории искусства. Правда, больше, чем на год, его не хватило. Сидение над конспектами было не для него. Все надо изучать на практике и если уж учиться, то чему-то реально применимому. Молодого человека, отличавшегося хорошим вкусом и артистизмом, охотно брали на работу. Чего только Том ни перепробовал. Он был моделью, актером в телесериалах, изучал искусство создания интерьера в лос-анджелесской школе дизайна Parson’s Scholl. Однако юноша считал, что кроме красивой внешности надо иметь что-то еще. Полученные знания Форд стал реализовывать, сотрудничая с несколькими дизайнерскими компаниями. После стольких лет проб он наконец определился с собственным призванием. Им стала одежда. В 1988 году он уже стал директором по дизайну в одной из нью-йоркских фирм, что можно считать несомненным творческим успехом. Видимо, решив, что достиг уровня всемирно известных брендов, Форд предложил себя на должность дизайнера женской одежды Gucci.

Некогда знаменитая итальянская торговая марка испытывала в то время не самые лучшие времена. Золотой период основателя Гуччио Гуччи и его сыновей и преемников Альдо и Родольфо давно миновал. Данная фирма была делом исключительно семейным и, по сути, почти разбилась о многочисленные претензии разных поколений Гуччи друг к другу. Страсти кипели не шуточные, как говорится, классически итальянские. И если до сих пор по истории семьи не сняли телесериал, то только потому, что она еще обладает достаточным влиянием. Сын предавал отца, жена подсылала к мужу убийцу. Минимизировал же неприятности с законом нанятый в нью-йоркской компании

Patton, Boggs & Blow адвокат – Доменико Де Солле. Его манера вести дела настолько понравилась Родольфо Гуччи, который отвечал за американское направление фирмы, что он предложил служителю Фемиды поруководить «в свободное от основной работы время» Gucci Amerika. Вот такой нестандартный ход, который впоследствии оказался удивительно верным и прибыльным. Адвокат оказался превосходным менеджером. Когда бизнесом занимается человек, разбирающийся во всех тонкостях законодательства, – это только на пользу делу. Таланты де Солле оценил и преемник Родольфо – его сын Маурицио. Тем более что американец оказал ему полную поддержку, кроме того, оставил юриспруденцию и целиком переключился на бизнес. Несмотря на смену руководства, а она произошла в 1984 году, к концу 80-х Gucci были на грани полного провала, настолько обесценился их логотип. Товары фирмы не копировал и не подделывал только очень ленивый. Количество пиратской продукции росло с каждым днем, и никакие усилия и материальные затраты не могли остановить этот процесс.

Именно в это время и начал свою деятельность в Gucci Том Форд. Его творчество совсем не было похоже на все то, что до сих пор выпускалось этой торговой маркой, что тут же заметил Большой босс. «Этот нам не подходит, он недостаточно “классичен” и всегда забегает вперед», – заявил Маурицио Гуччи. Однако Доменико де Солле отстоял своего подчиненного, хотя и не был с ним знаком лично, и не прогадал. А звезда Gucci тем временем продолжала катиться вниз. В 1993 году при объеме продаж в 230 млн долларов фирма потеряла более 22 миллиона. Бахрейнская инвестиционная компания Investcorp буквально через год купила почти разорившееся семейное предприятие у Маурицио Гуччи за 120 млн дол. К тому времени оттуда ушли почти все ценные сотрудники, а количество судебных исков о невыплаченной заработной плате было просто впечатляющим. Новые хозяева сами временами недоумевали, зачем они совершили столь убыточное приобретение. Тем не менее, они тут же отдали руководство Gucci Доменико де Солле, а он, в свою очередь, первым делом назначил креативным директором Тома Форда. Форд сменил на этом посту Дона Меллоу. Причем на техасца была возложена ответственность за все 11 ассортиментных линий – больше просто не осталось дизайнеров. Только не подумайте, что свой пост американец получил в результате нехватки специалистов. Скорее в подтверждение преданности делу и личных заслуг. К тому времени де Солле уже близко познакомился с Фордом и понял, что это именно тот человек, который может помочь ему вытащить компанию из

жесточайшего кризиса. О таком партнере можно было только мечтать. Как пишет журналист Виктор Тарнавский: «В молодом самоуверенном и невероятно обаятельном американце с внешностью и замашками кинозвезды сочетались целеустремленность, амбициозность, наблюдательность, фантазия, внимание к деталям и умение видеть картину в целом – все те качества, что необходимы хорошему модельеру». Образовавшийся тандем получился настолько результативным, что, видимо, навеки вошел в историю бизнеса.

Со своей стороны Доменико де Солле сделал все возможное для процветания Gucci. Однако главным его достижением можно считать то, что, сам не лишенный творческого начала, он не вмешивался во все, что делал его партнер. Когда Том Форд выставил его с собрания дизайнерского совета, чтобы тот не ставил под сомнение авторитет креативного директора, де Солле не стал затаивать обиду, а углубился в работу. Подобный карт-бланш позволил техасцу развернуться во всю ширь своих способностей. Ни одно из подконтрольных ему направлений не осталось без пристального внимания. Всем, что касалось парфюмерии, аксессуаров, рекламы, даже дизайна магазинов и, конечно же, разработки одежды, он занимался лично. Везде должен был быть только идеальный порядок. Доходило до того, что Форд требовал от своих помощников, чтобы они гармонично сочетали даже предметы на его рабочем столе.

Оба директора в первую очередь направили свои усилия на возвращение престижа марки, ее эксклюзивности. Но даже после предпринятых де Солле титанических усилий по реорганизации бизнеса компании (весьма эффективных, кстати) она по-прежнему находилась на грани банкротства. Спасти Gucci могло только чудо, и Том Форд совершил его. Им стала новая коллекция 1995 года. Точнее, чудо было идеально спланировано и подготовлено. Партнеры, ставшие к этому времени друзьями (несмотря на 18-летнюю разницу в возрасте), просто не могли проиграть. Том и сейчас не скрывает, что «первым из модельеров начал относиться к моде как к бизнесу и занимался ее финансовыми аспектами». «Я все всегда задаюсь вопросом: можно ли это продать? Чего сегодня не хватает на рынке? Поэтому я по сути своей коммерческий художник, а не творец. Я был плохим актером, но выучился мастерству убеждать, которое играет огромную роль в нашем обществе», – не боится признаваться Форд. Перед тем легендарным показом дизайнер бродил миланскими улицами, присматриваясь к тому, во что предпочитают одеваться простые итальянцы. Наблюдал за процессом покупок: что привлекает внимание и от чего отказываются. Он не угадал, а виртуозно

просчитал тенденцию. Новая коллекция получилась раскованной, чувственной (эдакое ретро, возвращающее дух 60-х) и произвела сенсацию.

Изделия Gucci снова стали писком моды. В 1995 году компания получила рекордную прибыль в 83 млн долларов. Не веря в собственную удачу, Investcorp тут же избавилась от своих акций, заработав впятеро больше начальных вложений. Бахрейнцы явно поторопились – Том Форд только начал пробовать свои силы. Ему тут же присудили звание Лучшего модельера. Награды посыпались на дизайнера как из рога изобилия, причем не только в Европе, но и у него на родине. Кроме всего прочего, Форд проявил себя и как отличный менеджер. Он изменил порядок продаж коллекций, принятый в Милане. Раньше показ был скорее местом общения, а все покупки производились позже, частным образом. Том же совместил его с заключением контрактов по свежим, так сказать, впечатлениям. Экономический эффект не заставил себя долго ждать. В 1997 году прибыль компании составила уже 176 млн долларов.

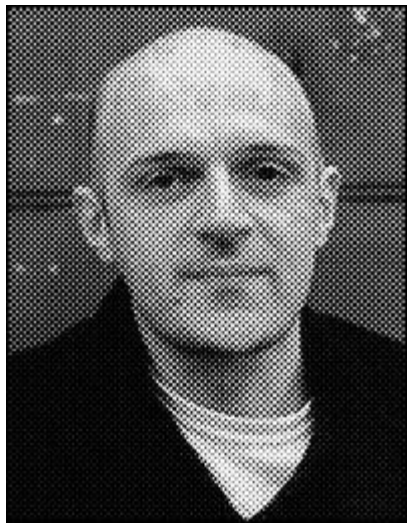
Том Форд стал безусловным авторитетом в мире моды, и это – не имея собственного торгового дома. К нему потянулись начинающие модельеры с целью набраться опыта. Потрясающая работоспособность позволяла дизайнеру осуществлять контроль за значительно расширившимся бизнесом, хотя начальные стадии работы уже приходилось доверять помощникам. Под руководством де Солле компания начала постепенно скупать мелкие фирмы, занимающиеся выпуском продукции под маркой Gucci, чтобы обеспечить максимальную чистоту бренда и как следствие – его качество. Начавшим успешно осуществляться грандиозным планам помешал азиатский кризис 1997 года. Непосредственно на прибыли компании он сказался мало, но сделал ее легко уязвимой. Этим тут же воспользовалась акула модного бизнеса – французская группа LYMN. Предполагалось, что это будет поглощение, с учетом того, что ей уже принадлежали Dior, Givenchy, Lacroix, Louis Yuitton и многие другие. Подобному обороту событий резко воспротивились оба директора Gucci, не найдя общий язык с руководством LYMN. Предприимчивому де Солле удалось невозможное. В последний момент он договорился с другим французским магнатом – Франсуа Пино, главой концерна PPR (Pinault-Printemps-Redoute), который и перекупил компанию. Не желая останавливаться на достигнутом, де Солле уговорил нового босса приобрести пришедший в упадок торговый Дом Ив Сен-Лорана. К сожалению, именно эта сделка и стала началом конца успешного сотрудничества двух директоров Gucci.

Творчество Тома Форда очень отличалось от стиля Сен-Лорана. Хотя у обоих модельеров любимым цветом являлся черный, это, пожалуй, единственное, что их роднило. Американец искренне старался почувствовать стиль француза и расцветить его собственной фантазией. Но, к сожалению, когда узкие юбки и умопомрачительные декольте не помогли увеличить продажи, он сделал упор на роскошь. События же, происходящие в мире, резко снизили популярность излишеств. Убытки не вызывают восторга у любых хозяев. В результате пользовавшаяся, по предварительной договоренности, относительной свободой Gucci официально вошла в состав PPR. Самый же плодотворный тандем в истории моды по прошествии 10 лет сотрудничества был уволен. 30 апреля 2004 года Том Форд и Доменико де Солле ушли из компании. Мир был в шоке. Как выразился один журналист: «Это все равно, если бы мадридский “Реал” одновременно покинули Зидан и Бекхэм».

Несмотря на слухи, Том Форд, конечно же, не покинул мир моды. Он вернулся в Америку и начал активно сотрудничать с «Эсти Лаудер», причем не только в создании одежды, но и парфюмерии (он заключил контракт на шесть лет). Кроме того, дизайнер наконец занялся созданием коллекции под собственной торговой маркой. Он написал книгу о своей работе в Gucci и теперь создает киносценарий, собирается выступить в качестве режиссера. Форд агрессивен, презирает политкорректность, не чурается крепких слов, афиширует свою гомосексуальность и страсть к сексу. Он утверждает, что счастлив и не хотел бы вернуть молодость. Считает, что его «сила состоит в умении мгновенно принимать правильные решения в считанные секунды». Будем надеятся, что она позволит ему в дальнейшем избежать поражений и мы еще станем свидетелями его успехов.

ЧАЛАЯН ХУССЕЙН

(род. в 1970 г.)



Британский авангардный дизайнер одежды, интеллектуал и экспериментатор. Один из самых модных и влиятельных дизайнеров Великобритании. В своих революционных коллекциях одежды Чалаян идет против всех правил и условностей, принятых в мире моды. И при этом дизайнер абсолютно не повторяется – ни одна его коллекция не похожа на другую. В создании коллекций модельер использует не только нетрадиционные материалы, как Пако Рабанн, но и оригинальные техники. На его сенсационных показах были надувные платья, костюмы с дистанционным управлением и даже одежда, трансформирующаяся из предметов мебели. Его называют «алхимиком от моды, создающим модели одежды на основе сложных концепций». Наряду с Мартином Маржиелой и Реи Кавакубо, его причисляют к деконструктивистам и считают сумасшедшим. Чалаян не скрывает, что подобное мнение его вовсе не раздражает. Хотя сам он предпочитает называть себя не дизайнером в традиционном понимании этого слова, а скорее архитектором: «Я – человек идеи, и все, что я делаю, не утилитарно».

Хуссейн Чалаян, единственный ребенок семье, родился в 1970 году в Никосии на Кипре. Там прошли его первые 12 лет жизни. Потом вместе с семьей Хуссейн переезжает в

Великобританию. В 1989 году он поступил в самый престижный британский Центральный колледж искусств и дизайна Св. Мартина (Central St.Martin's College of Art and Design), где изучал политологию, а затем архитектуру. В колледже его считали немного сумасшедшим, даже преподаватели, которые полагали, что он слишком рьяно относится к учебе. Правда, сам Хуссейн тогда не думал о том, что станет дизайнером одежды. Он носился с книгами по философии, архитектуре и физике – своим любимым предметам. «Вначале я ориентировался не на моду, а на философию, музыку, технологии, аэродинамику, – вспоминает Чалаян. – Раньше я хотел стать архитектором, потому что это ближе всего к моим изысканиям. Я не знал о существовании развитых школ кутюрье. Не знаю, что такое успех, но полагаю, что признание мне принесла коллекция одежды, зарытой в землю». Этой коллекцией была дипломная работа, созданная им в 1993 году. Уже тогда в молодом человеке проснулось стремление к эпатажу. Создав несколько платьев с металлическими деталями, он зарыл их в саду и продержал под землей несколько недель, чтобы железо успело проржаветь. Откопанная одежда с ржавыми металлическими пластинами произвела потрясающий эффект. Ею заинтересовалась Джоан Берстайн, владелица знаменитого лондонского бутика Brown's, которая приобрела всю коллекцию и выставила ее в витринах своего магазина. Это был второй случай, когда Brown's приобрел дипломную коллекцию – первый раз это было с Галлиано. Вспоминая о коллекции Чалаяна, Берстайн говорила: «Меня привлекла в нем полная увлеченность – я увидела в нем ту слепую веру в самого себя, которая есть у всех великих дизайнеров».

С этого все и началось. В 1995 году Чалаян был назван лучшим среди ста участников конкурса компании Absolut Vodka. Эта победа дала ему средства для создания коллекции для Лондонской Недели Высокой моды. Чалаян, «любитель умозрительных концепций и культурологических изысканий», в своих коллекциях балансирует на грани фантазии и реальности, где «фантазии – это то, каким мы хотим видеть окружающий мир». Он не просто создает моду, он размышляет об «этнических проблемах и границах культурных миров», о различии в восприятии мира в европейской и восточной философии. «Я бы назвал себя дизайнером, исследующим идеи, которые связаны с антропологией, пространством, местом, культурными особенностями наций, и в то же время предлагающим различные оценки этих понятий: всегда в контексте моды… В сущности, меня интересует традиционное восприятие тела в различных культурных контекстах, а точнее, я пытаюсь изменить это

восприятие», – говорит модельер. И при этом он не отказывается от современных достижений науки и техники. К примеру, представляя зрителям коллекцию Before Minus Now, Хуссейн Чалаян заявил, что в ней «речь идет о научно-техническом прогрессе. А два шикарных платья, словно выточенных из прессованного бледно-розового тюля, призваны олицетворять силы, воздействующие на формирование земли».

Коллекция Before Minus Now привлекла широкой внимание публики. Дефиле проходило на абсолютно белом подиуме. Сначала на подиуме появились модели в платьях-панцирях с торчащими юбками и в фетровых шапочках в форме яичной скорлупы. Следом за ними вышел мальчик с пультом дистанционного управления. Послушные нажатию кнопок на пульте, юбки платьев из твердого пластика поднялись, как створки самолетного люка, обнажая нижнюю юбку из тюля.

Хотя модельер заявляет, что революция – не его цель, каждой своей новой коллекцией он изумляет и приводит в недоумение весь мир моды. Да и кого не удивят белые смирительные рубашки с завязанными на боках рукавами, платья с надувными воротниками-подушками и стеклянные платья, одежды с рукавами длиною до колена, «почтовые» платья из моющейся бумаги, которые можно переслать в конверте, из прогулочных тростей, встроенных в одежду, – все, что появляется на дефиле под маркой Chalayan? А чего стоит его попытка ввести в костюм предметы мебели, когда стол превращается в юбку, чехлы от кресел – в элегантные жакеты, а сами кресла – в чемоданы? Модный истеблишмент воспринял это нововведение от Чалаяна как открытие сезона. Его модели не похожи ни на чьи другие, более того, они не похожи друг на друга. «Его коллекции всегда абсолютно самостоятельны, и каждая следующая не похожа на предыдущую», – утверждает Анжела Куэйнтрелл, закупщик лондонского универмага Liberty, одна из постоянных клиентов знаменитого модельера.

Будучи самым знаменитым авангардным модельером Великобритании, Хуссейн Чалаян создает и «обыкновенную», просто симпатичную одежду. Носибельная одежда от Чалаяна шьется очень сложно, но зато она подогнана под фигуру идеально. Ребекка Шафер, креативный директор компании TSE, на которую несколько лет работал модельер, говорит о нем: «Он уделяет значительное внимание деталям, но в целом у его моделей весьма простой облик. У него очень интеллектуальный подход к одежде». Среди моделей Чалаяна, наряду с концептуальными вещами, – джинсовые платья и брюки с асимметричными карманами и швами и шифоновые юбки с

набивным рисунком, куртки стиля «милитари» и топы с разрезами, великолепные блузки на бретельках, завязывающихся на шее и простые футболки из джерси. В коллекциях он сочетает элементы восточной и западной культуры, что, по мнению критиков, производит «опасную смесь – настоящий праздник тела и цвета и отрицание личной свободы». Он создает не одежду, а ее концепцию, которую критики назвали «минимализмом будущего».

Особенностью показов Хуссейна Чалаяна является то, что в качестве сопровождения показа он предпочитает живую музыку, а сам никогда не появляется лично перед публикой. Привлекает внимание и макияж манекенщиц, которые участвуют в его дефиле. На одном из показов, демонстрирующих моду будущего, Чалаян вывел их в облике «клонов» – с густо напудренными белыми лицами и волосами, гладко зачесанными назад.

К концу 1990-х молодой британский дизайнер добился мирового признания и покорил Париж. Чалаян дважды получил титул «Лучший дизайнер года» на ежегодном фестивале British Fashion Awards – в 1999 и 2000 году. Его коллекция весна/лето-2000 была названа International Herald Tribune «шедевром современной моды». Однако самому дизайнеру наибольшее удовлетворение принесли коллекции под названием «Между» (Between, 1997 год), «Гостиная» (Living-Room, 2000 год) и «Медея» (Medea, 2002 год). Но, как выяснилось, успех еще не гарантировал финансовую стабильность. Чалаян влез в долги и до сих пор еще не рассчитался со своими поставщиками тканей.

Может быть, именно поэтому у Хуссейна Чалаяна до сих пор совсем маленькая команда. «Помимо меня, – говорит сам мастер, – в команде еще шесть человек: менеджер, бухгалтер, секретарь, закройщик, выполняющий мои указания, и другой, более независимый. А также дизайнер, моя правая рука. Команда нужна для того, чтобы развивать идеи, экспериментировать с ними… Создавая коллекции мужской одежды, они работают по моим указаниям, при создании женских коллекций – более свободны». Однако то, что в его команде нет управляющего, приводит к тому, что Чалаяну самому приходится принимать не только творческие, но и финансовые и стратегические решения, что не всегда благоприятно сказывается на делах фирмы.

Начиная с 1995 года несколько лет подряд Хуссейн Чалаян работал на нью-йоркскую кашемировую компанию TSE, изготавливая по две коллекции одежды в год. Им были довольны. Осенью 1998 года Джоанна Касу, исполнительный вице-президент TSE, заявляла: «TSE извлек колоссальную выгоду из талантов Хуссейна Чалаяна. В течение трех лет мы наслаждаемся

сотрудничеством с этим огромным талантом и чувствуем, что мы должны уважать его потребность сосредоточиться на его собственном бизнесе». Однако в начале 2001 года руководство TSE уведомило дизайнера-авангардиста о том, что в ближайшем будущем контракт с ним будет разорван. Чалаян безуспешно попытался найти инвесторов, и в связи с невозможностью финансирования собственной компании ему пришлось объявить о добровольной ее ликвидации и отказе от участия в Лондонской неделе прет-а-порте.

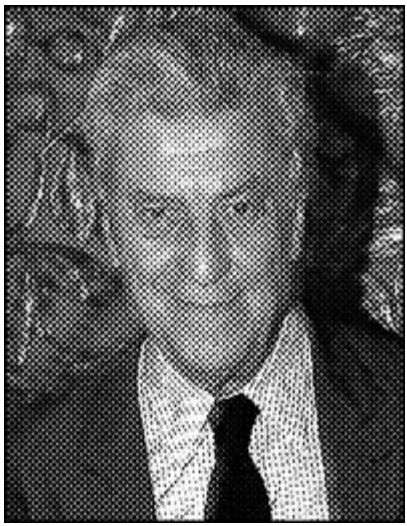
Но уже через год его Дом пережил второе рождение. На этот раз его спонсором стал концерн Gibo Co. S.P.A. Для создания новой коллекции весна/лето-2002 Чалаян перебрался в Париж, покинув свой дом в Лондоне. В том же году знаменитый дизайнер попробовал себя еще на одном поприще: он устроился редактором бельгийского арт-журнала No.C.

Чалаян продолжает экспериментировать, и не только с моделями, но и со способами их представления. Очень необычно прошла презентации мужской линии в 2003 году, для которой он выбрал форму видеофильма. «Это не фильм о моде, – говорит Чалаян. – Фактически я больше не хочу рисовать пиджаки. Я не интересуюсь модой и хочу исследовать другие языки выражения своих идей». 20-минутный ролик под названием «Медитации во времени» (Temporal Meditations), снятый полностью в аэропорту Афин, посвящен вопросам борьбы за выживание различных культур. Фильм, первый показ которого прошел во Флоренции в старинном Teatro della Pergola, имел огромный успех. «Хуссейн – один из немногих модных дизайнеров, ломающих границы между модой и изящным искусством, – сказала по поводу его фильма Сьюзи Алан, творческий директор Tribe Art. – Другие могут этим заниматься, но, по моему мнению, благодаря своему пытливому уму и интеллектуальному мышлению, только он может связать их, как никто другой».

Самым главным в своей жизни Чалаян считает возможность заниматься любимым делом, даже работая на кого-то другого, утверждая, что это гораздо важнее, чем сделать себе имя. У него сложные отношения с другими модельерами, к самым лучшим среди которых он относит Маржиелу, Николя Гескьер и Реи Кавакубо. А самым безумным считает Джона Галлиано. При этом он, наверно, забывает о том, что многие думают, что именно он сам – сумасшедший или хотя бы чуть-чуть не от мира сего. Однако Чалаян не обижается на это мнение. «Обвинения в сумасшествии, – признается дизайнер, – я воспринимаю как одобрение. Когда я что-то делаю, то об этом не думаю, но, когда все уже позади, подчас кажется, что я и в самом деле безумен».

ЧЕРРУТИ НИНО

(род. в 1930 г.)



Итальянский кутюрье и бизнесмен, один из самых знаменитых дизайнеров XX века, первый пропагандист простоты и минимализма в моде. Глава Модного дома Cerruti со столетними традициями, он прославился не только как кутюрье, но и как создатель костюмов для многих голливудских фильмов, среди которых – «Бонни и Клайд», «Красотка», «Основной инстинкт».

Нино Черрути родился 25 сентября 1930 года на севере Италии, в небольшом городке Биелла в провинции Пьемонт, между Миланом и Турином. Его детство прошло в живописной местности, в предгорьях западных Альп. Мальчик часто пропадал из дому, забираясь с любимой книжкой куда-нибудь на природу, подальше от городской суеты. Нино был старшим из четырех сыновей в семье. Его отец, Сильвио Черрути, был владельцем текстильной фабрики, доставшейся ему по наследству. Фабрика была основана в Биелле еще в 1881 году тремя братьями Черрути – Антонио, Стефано и Квентином. Так было положено начало семейному бизнесу.

По признанию самого Нино Черрути, в юности он мечтал о карьере журналиста или философа и совсем не помышлял о моде, поэтому после школы поступил на философское отделение университета. Но этим мечтам не удалось воплотиться в

реальность. В 1950 году внезапно умер отец, и 19-летний Нино был вынужден взять в свои руки управление семейным предприятием.

«Для меня было важно закрепить имя в мире и во времени, – вспоминает кутюрье о своем решении. – До этого Черрути были просто рабочими на текстильной фабрике. Я потом по архивам католической церкви проследил историю нашей семьи с 1605 года. Это были ремесленники, и дома у них сидели многодетные семьи, по восемь детей, из которых выживали только двое. Когда мой дедушка с братьями и кузеном открыли в 1881 году свой бизнес, они все стали начальниками на текстильной фабрике. И я исходил из того, что я был маленьким колечком, соединявшим прошлое и будущее. Звеном в цепи. Конечно, я рассчитывал сделать имя Черрути известным на весь мир, именно поэтому и переместился в Париж».

А пока что до Парижа было еще несколько лет. Приняв управление фабрикой, Нино первым делом заявил на семейном совете о своем решении кардинально поменять работу предприятия. Он собирался не просто традиционно выпускать ткани высочайшего класса, но и шить из них костюмы. Попытки отговорить его – как он может этим заниматься без профессионального образования? – Нино игнорировал. Он знал, что делает. Прежде чем самому взяться за изготовление одежды, юноша познакомился с работой двух тысяч портных. Это было в его стиле: Нино прислал каждому из них в подарок по куску материи со своей фабрики, и от каждого получил приглашение посмотреть, какие замечательные вещи у них получатся.

Это своеобразное обучение дало Нино Черрути неоценимый опыт, который он использовал впоследствии. Именно этот опыт позволил ему добиться того, что называется высшим классом. Его мужские костюмы и сегодня удивляют. О них говорят, что «будучи абсолютно портновскими – сделанными в традициях индивидуального пошива, они являются лучшими образцами серийной одежды».

Его первая коллекция мужской одежды прет-а-порте класса люкс появилась семь лет спустя, в 1957 году. Только успев появиться, она совершила настоящую революцию в мире моды. Черрути сделал ставку на итальянский стиль, – и выиграл… Прежде в мире мужской моды заправляли англичане, и только английский стиль, чопорный и консервативный, считался традиционным для Высокой моды. Нино же, следуя философии, заявленной братьями Черрути еще в конце XIX века, – «модернизировать традицию», ввел в свои модели нарочитую небрежность, свободу и элегантность, создав тем самым свой

особенный стиль. Стиль, который впоследствии назовут casual chic, что значит – «повседневный шик». Стиль, в котором присутствуют одновременно английский аристократизм и итальянская жизнерадостность. Вспоминая те годы, кутюрье говорит: «Я начинал в эпоху глубокой перемены нравов и личности. Тогда было установлено право каждого на индивидуальность. Мы обратили внимание на худшие стороны нашего общества – и противопоставили им истинные. Это была настоящая революция».

Новый стиль сразу же привлек множество поклонников по всему миру. Мужчинам нравилось выглядеть элегантно. Среди клиентов начинающего модельера появились и знаменитости, что дало дополнительный стимул его творчеству.

А еще четыре года спустя 34-летний Черрути пригласил к себе на должность своего ассистента Джорджио Армани, который только начинал знакомиться с миром моды. «В наш дом пришел работать молодой человек, – говорит Нино, – он помогал мне в подборе ткани, крое. Безусловно, он был очень талантливый, и – что особенно ценно – очень тщательный и добросовестный. Мы проработали вместе почти 10 лет. И я могу сказать, что Джорджо, как никто, понимает ткань, материю, а сегодня это важнее, чем многое…»

В 1967 году Черрути перебрался в Париж, где на знаменитой площади Мадлен открыл свой Дом моды Cerruti 1881. Здесь же разместился первый бутик Cerruti. В 1976 году кутюрье представил свою первую коллекцию женской одежды прет-а-порте. А еще через два года он запустил парфюмерную линию. Потом появились линии Cerruti Sport, Cerruti Jeans и эксклюзивная, дорогая и утонченная Cerruti Arte.

Девиз Нино Черрути – «Творить для реального человека». Он предлагал то, что можно было реально носить: «удобные длинные юбки, удобные короткие юбки, узкие брюки, широкие брюки, маленькие пиджаки и большие пиджаки, а также платья, о цене которых могли догадываться двое – покупатель и продавец, а больше никто, ибо вещи, вопиющие о богатстве, никогда не входили в компетенцию Черрути». У него все было просто, он не любил вычурности, не терпел лишних деталей. Он стал певцом минимализма в моде. Но при этом одежда от Черрути великолепна. Ручная работа, превосходный крой, высококлассные ткани, дорогие пуговицы и прочие мелкие детали придают его костюмам неповторимую элегантность и шарм. «Небрежная элегантность», «роскошный минимализм», «повседневная роскошь», «современный классицизм, при котором мужчины и женщины свободны в выражении своей элегантности и элегантны

в рамках своей свободы» – так сейчас характеризуют стиль знаменитого модельера. Только лучшие ткани, простые фасоны, сдержанные цвета, правильные линии силуэта. Кроме того, что одеваться от Черрути – это красиво, практично и удобно, сам кутюрье добавляет, что его одежда еще и приносит людям удачу.

Нино Черрути любит голубой цвет, все его оттенки. «Ведь я же итальянец, – объясняет он. – К тому же родился под знаком Весов. А Весам свойственна некоторая мечтательность, стремление к гармонии и дурацкая привычка часто смотреть на небо». Он настолько любит этот цвет, что после одной из его коллекций, полностью представленной костюмами в голубых и синих тонах, возникла прочная ассоциация имени модельера с определением blue (синий) от Cerruti.

Создание одежды прет-а-порте – только одно из направлений творческой деятельности художника. Черрути уже более 30 лет настолько тесно сотрудничает с Голливудом, что многие шутя поговаривают, что у них роман. Первым фильмом, в котором актеры снимались в его костюмах, стал знаменитый «Бонни и Клайд», вышедший на экраны в 1967 году. «Смешно, но тогда все получилось случайно, – вспоминает Нино, – меня не приглашали работать в этом фильме. Просто актриса сама пошла и выбрала одежду в моем магазине. А потом фильм и образ стали столь популярны – удача! До того я работал в основном с французскими кинематографистами и примерно в это время попал в Голливуд». Беретик, короткий пуловер и мини-юбка в складку, в которых появилась незабвенная Фей Данауэй, после показа фильма мгновенно завоевали бешеную популярность.

За этим первым фильмом последуют еще множество: «Иствикские ведьмы», «Американский психопат», «Основной инстинкт», «Борсалино», «Красотка», «Широко закрытые глаза», «Крепкий орешек II»… На сегодня в этом списке более 150 фильмов. В костюмах от Черрути на экране появляются знаменитые кинозвезды: Катрин Денев, Ален Делон, Жан-Поль Бельмондо, Майкл Дуглас, Ричард Гир, Джереми Айленс, Джек Николсон, Брюс Уиллис, Ким Бессингер, Шэрон Стоун, Том Хэнкс и не только… И каждый раз выигрывает Черрути. После показа «Красотки» было продано 500 тысяч копий простенького платья в горошек, в котором Джулия Робертс появилась в эпизоде на поле для игры в поло.

Черрути не знает, какой мир ему ближе – мода или кино. «Это совсем разные вещи, – говорит он. – В моде я воплощаю только свою идею, а в кино – помогаю актеру создавать полноценный образ, персонаж. Это во-первых. Во-вторых, кино – это glamour, волшебство. Мода – это тоже glamour, но его надо

продавать. И это очень сильно меняет дело… Мода – гибрид искусства и бизнеса. Это прикладное искусство. Если упускать это из виду, начинаешь двигаться в неверном направлении. Мода нуждается в разных талантах – как креативных, так и коммерческих». И добавляет: «Мне не нравится слово “мода”. Я предпочитаю термин “гармония”. Стремление к ней позволяет ощущать себя раскованным в одежде, подобно тому, как мы раскованны в собственной коже». Эта гармония ощущается во всей работе кутюрье. Он сам говорит: «Приходится быть немного композитором, немного солистом, немного дирижером – каждый день не похож на другой. Ясное дело, никто не дает мне заниматься теми делами, где все идет хорошо – я всегда нужен там, где аврал, где что-то не ладится. Самые приятные для меня дни, когда удается посвящать себя чистому творчеству».

Однако в октябре 2000 года, чтобы «избежать монополистских игр конкурентов», модельер, который работал вместе со своим сыном Джулианом, продал контрольный пакет акций Дома моды итальянскому холдингу Fin.part. Его отношения с президентом Fin.part Джанлуиджи Факкини не сложились. «Наши взгляды на компанию сильно отличались, – сказал он в одном из интервью. – Я был заинтересован в Cerruti как бренде, а мистер Факкини думал о Fin.part в целом – и это разумно. И это привело к непониманию». В июне 2001 году 70-летний модельер решил покинуть мир моды, продав Fin.part 49 % остававшихся у него акций и уйдя с поста креативного директора Дома. 25 июня 2001 года он провел свой прощальный показ, представив в Милане в рамках недели мужской моды свою последнюю коллекцию.

С тех пор за четыре года на его посту сменилось уже четыре дизайнера. А сам Нино говорит о себе с оптимизмом: «Я могу делать множество вещей, мне просто сейчас нужно найти дело, которое меня бы заинтересовало. Я не вздыхаю о славном прошлом – как многие старики – я смотрю в будущее».

ШАНЕЛЬ КОКО

Настоящее имя – Габриель Шанель

(род. в 1883 г. – ум. в 1971 г.)

Выдающийся французский модельер, создательница империи моды XX века.

«Мода – это то, что носишь сам. Все, что носят другие, – немодно». Знаменитый афоризм Оскара Уайльда опровергла Коко Шанель в середине 20-х годов прошлого века, заявив, что мода – это «маленькое черное платье». Ее авторитет был столь велик, что женщины различных сословий и достатка не раздумывая надели «траурный» наряд и сделались сразу одинаково привлекательными. Этот решительный шаг принес Коко всемирную известность и сделал ее находку символом элегантности, роскоши и хорошего вкуса. Понятие «стиль Шанель» прочно утвердилось в терминологии моды. Сама она говорила: «Прежде всего – это стиль. Мода выходит из моды. Стиль – никогда!»

Но если покрой ее моделей отличался предельной простотой («Нужно безжалостно убирать все, что чрезмерно»), то собственную биографию Великая Мадемуазель, как называли ее французы, приукрашивала и перекраивала до неузнаваемости.

О ее детстве мы знаем довольно мало. Габриель родилась 19 августа 1883 года в городе Сомюре на западе Франции. Отцом ее был ярмарочный торговец Альбер Шанель, матерью – его подружка Жанна Деволь. Всю жизнь легендарная Мадемуазель боялась, что журналисты могут узнать о ее внебрачном происхождении, о том, что ее мать умерла от астмы и истощения, и о том, что отец ее попросту бросил, сдав в 12-летнем возрасте в католический приют в Обазине. Когда девушке исполнилось 20 лет, монахини подыскали ей работу в трикотажном магазине в городе Мулен. Габриель быстро заслужила уважение новых хозяев и заказчиков – она мастерски шила женскую и детскую одежду. Свободное от работы время она посвящала пению в кафешантане и часто исполняла модный шлягер: «Кто видал Коко у Трокадеро?» Отсюда и берет свое начало легендарное имя – Коко Шанель. Правда, Мадемуазель не любила вспоминать о своей певческой карьере и объясняла происхождение этого прозвища иначе: «Мой отец обожал меня и называл цыпленочком [по-французски – коко]».

Вообще мотив презрения к собственному происхождению, к нищете, окружавшей ее в детстве, преследовал Шанель на протяжении всей жизни. Этот комплекс стал одним из основополагающих в ее бурной деятельности, в стремлении любыми путями добиться успеха и признания. Ей хотелось спастись от унижений и забыть нищее детство без ласки и любви, пустоту и одиночество. И поэтому, когда в 1905 году в ее жизни появился молодой буржуа Этьенн Бальсан, олицетворявший собой праздность и роскошь, она решила, что этот мужчина создан для нее. Поселившись в его замке, Коко пользовалась всеми преимуществами нового положения: валялась в постели до полудня и читала дешевые романы. Но Этьенн не считал ее той женщиной, с которой следует связать жизнь. Спустя три года Коко познакомилась с его другом – молодым англичанином Артуром Кейпелом, по прозвищу Бой. Именно ему Шанель обязана началом своей карьеры: он посоветовал приглянувшейся ему девушке открыть шляпный магазин и обещал оказать финансовую поддержку. Коко сменила замок на холостяцкую квартиру Артура в Париже. Здесь она стала делать и продавать свои шляпки всем бывшим любовницам Боя и их многочисленным подружкам. Дело Шанель быстро пошло в гору, и в конце 1910 года, взяв деньги у друга, она перебралась на улицу Камбон и открыла там свое ателье со смелой вывеской «Моды Шанель». Совсем скоро эта улица станет известна всему миру и в течение полувека будет связана с ее именем.

В 1913 году Коко открыла процветающий бутик шляпок в

Довиле. Но она мечтала разработать свою линию женской одежды. Права изготавливать «настоящее» женское платье Шанель не имела: поскольку она не была профессиональной портнихой, ее могли привлечь к ответственности за незаконную конкуренцию. Коко нашла выход: стала шить платья из джерси – ткани, которая до этого использовалась только для пошива мужского нижнего белья, и сделала на этом состояние. Подобным образом рождались все ее наряды-открытия. Созидая, Коко не изощрялась, а упрощала. Она не рисовала свои модели и не шила их, а просто брала ножницы, накидывала ткань на манекенщицу и резала и закалывала бесформенную массу материи до тех пор, пока не проявлялся нужный силуэт. Коко стремительно вошла в мир моды, обратив на себя всеобщее внимание: она создала стиль, ранее немыслимый для женщин, – спортивные костюмы; она осмеливалась появляться на пляжах приморских курортов в «матроске» и обтягивающей юбке. А через пару лет Коко покажет редингот без пояса и украшений, убрав бюст и изгибы почти с мужской строгостью. Она создаст заниженную талию, платье-рубашку, женские брюки и пляжную пижаму. Так родился стиль от Шанель – просто, практично и элегантно.

Несмотря на то что Коко ввела моду на женские брюки, сама она их носила редко, так как считала, что женщина никогда не будет выглядеть в брюках так же хорошо, как мужчина. Однако короткая мужская прическа ей нравилась. Причина проста – за короткими волосами легче ухаживать. Однажды она отрезала косы и гордо вышла «в люди», объясняя всем, что у нее в доме загорелась газовая колонка и опалила ей локоны. Так в 1917 году возникла мода на короткую женскую стрижку. Сейчас трудно и представить, что до Шанель дамы просто обязаны были быть длинноволосыми.

А потом пришла беда: в 1919 году Артур Кейпел погиб в автомобильной катастрофе. «Женская жизнь» Коко расстроилась. Возможно, не случись этой трагедии в ее жизни, не было бы и знаменитых экспериментов с черной тканью. Острословы утверждают, что Шанель ввела в моду черный цвет, чтобы одеть в траур по своему возлюбленному всех женщин Франции, потому что сама не имела права официально носить траур: они с Артуром не были женаты.

Первые модели такого платья шились из забытого сейчас текучего креп-марокена, были они длиной до колен, прямого покроя с узкими рукавами до запястий. Их отличали невероятно точный, выверенный крой и революционная длина юбки. Кстати, Шанель считала, что низ платья нельзя поднимать выше колена, поскольку редко какая женщина может похвастаться безупречной

красотой этой части тела. У более дорогих коктейльных платьев был V-образный вырез, а у вечерних – глубокое декольте на спине. С такими платьями полагалось носить длинные нитки жемчуга или цветной бижутерии, боа, маленькие жакетики и крошечные шляпки.

«Маленькое черное платье» быстро стало культовой одеждой и обрело статус символа. Популярность бессмертного произведения Коко Шанель и по сей день неимоверна: появляются все новые и новые интерпретации, так что можно с уверенностью сказать, что это платье не выйдет из моды никогда.

Летом 1920 года, когда Коко открыла в Биаритце большой Дом моделей, она познакомилась с русским эмигрантом – великим князем Дмитрием Павловичем. Роман их был коротким, но плодотворным: в творчестве Шанель начался «русский период». Коко почерпнула множество новых идей от своего экзотического любовника и в ее коллекции появились детали русского народного костюма, косоворотки с оригинальными вышивками. Но главное – князь познакомил Коко с выходцем из России, выдающимся химиком-парфюмером Эрнестом Бо, отец которого многие годы работал при Императорском дворе. Эта встреча оказалась счастливой для обоих. Через год кропотливой работы и длительных экспериментов Эрнест изготовил «духи для женщины, которые пахнут, как женщина» – первый синтезированный парфюм из 80 компонентов, не повторяющий запах какого-либо конкретного цветка, как было принято ранее. Дизайнеры заключили золотистую жидкость в хрустальный прямоугольный флакон со скромной этикеткой, что было своеобразной находкой – до этого флаконы всегда имели замысловатую форму. Их успех пережил своих создателей – до сих пор духи «Шанель № 5» являются самыми продаваемыми на планете.

В начале 1920-х годов Шанель занялась дизайном ювелирных украшений. Мысль смешивать в одном изделии стразы и натуральные камни посетила не ее одну, но она была первой, кто дал этой идее жизнь. В это время Коко активно общалась с миром парижской богемы: посещала балетные спектакли, была знакома с художником Пабло Пикассо, известным балетным импресарио Сергеем Дягилевым, композитором Игорем Стравинским, поэтом Пьером Реверди, драматургом Жаном Кокто. Многие искали встречи с известной модельершей просто из любопытства, однако с удивлением поняли, что Коко – неглупая, остроумная, оригинально мыслящая женщина; недаром Пикассо назвал ее «самой рассудительной женщиной на свете».

Мужчин в ней привлекала не только внешность, но и

неординарные личные качества, сильный характер, непредсказуемое поведение. Коко была то неотразимо кокетлива, то чрезвычайно резка, прямолинейна, даже цинична. Окружающим она казалась целеустремленной, уверенной в себе, довольной собой и своими успехами женщиной.

К середине 20-х годов «русский период» постепенно сошел на нет. Женился и уехал в Америку великий князь Дмитрий, стал затворником П. Реверди, с которым у Коко были близкие отношения, умер С. Дягилев, в США перебрался И. Стравинский, одно время очень увлекавшийся Шанель. В жизни Коко появился герцог Вестминстерский, роман с которым длился целых 14 лет. Эта непривычно долгая для Мадемуазель любовная связь ввела ее в иную среду – мир английской аристократии. В каждом из домов, куда возил ее герцог, она видела долгожданный окончательный приют, часто пропадала в Англии, путешествовала на его яхтах. На уик-энды в его поместье обычно собиралось около шестидесяти приглашенных, среди которых часто бывали У. Черчилль и его жена, самые близкие друзья герцога.

Шанель всем своим существом перевоплотилась в англичанку. И главное отражение это нашло в ее моделях того времени: «Я взяла английскую мужественность и сделала ее женственной». Газеты писали, что никогда еще не было в ее коллекциях столько твида, блуз и жилетов в полоску, столько костюмов жокеев и яхтсменов, спортивных пальто и непромокаемых плащей. Габриель переняла английскую любовь к свитерам. Законодатели мод пришли в изумление от ее новой выходки: поверх облегающего свитера надевать настоящие драгоценности.

Если бы Шанель смогла родить наследника герцогу, то стала бы его женой. До 1928 года, пока страсть в нем была сильна, он желал этого. Коко было 46 лет, когда она стала ходить на консультации к врачам, но было слишком поздно: природа воспротивилась ее мечте. Герцог Вестминстерский страдал не меньше своей любимой, но был вынужден жениться на другой. «Английский период» закончился, и Мадемуазель опять с головой ушла в работу. Успех сопутствовал ей во всех начинаниях. Она находилась в зените славы и, несмотря на возраст (ей уже было за 50), продолжала пользоваться завидным успехом у мужчин.

В 1940 году Коко увлеклась атташе германского посольства Гансом Гюнтером фон Динклаге. Они поселились в доме над ее магазином – единственным уцелевшим кусочком империи мод, насчитывавшей до войны 6 тыс. сотрудников. Все предприятия Коко закрыла осенью 1939 года – ей не хотелось работать. Незадолго до этого сотрудницы Дома Шанель вышли на

забастовку, требуя «какого-то профсоюза». Так что война стала для нее случаем поквитаться – Мадемуазель уволила всех. Поначалу Шанель заняла вполне патриотичную позицию – показав свою коллекцию одежды в сине-бело-красных тонах (цветах государственного флага Франции), она сильно рисковала. А затем решила взять реванш за вынужденное безделье: приняла участие в эпопее, связанной с попытками заключения мира между западными союзниками и Германией, используя личные связи с У. Черчилем. Однако успеха эта миссия не имела.

После освобождения Парижа Шанель, чье сотрудничество с оккупантами было очевидным, сразу же задержали сотрудники «Комитета по чистке». Но вечером того же дня ее выпустили. Коко легко отделалась: и за более невинные вещи, чем роман с нацистом, тогда можно было лишиться всего. А о ней словно забыли. Ходили слухи, что генерала де Голля о такой забывчивости попросил лично У. Черчилль. Единственное, чего потребовали от Мадмуазель новые власти в обмен на свободу – немедленного отъезда из Франции. И ей пришлось на добрый десяток лет залечь на дно, без борьбы оставив профессиональное поле во владение всем желающим.

Коко жила в Швейцарии до 1953 года, а затем вернулась в Париж, к новому поколению модниц, давно уверенных, что «Шанель» – это только марка духов. Когда Марлен Дитрих спросила у Коко, зачем ей это нужно, она объяснила свое возвращение к главному занятию просто: «Потому что я умирала от тоски». Правда, было и еще одно объяснение: «Я больше не могла видеть то, что сделали с парижским кутюр такие дизайнеры, как Диор или Бальмен. Эти господа свихнулись! Дамы в их платьях, стоит только им сесть, делаются похожими на старые кресла!»

Первой реакцией знатоков и прессы на показ новой коллекции Шанель были шок и возмущение – она не смогла предложить ничего нового! Увы, критики не сумели понять, что в этом-то как раз и состоит ее секрет – ничего нового, только вечная, нестареющая элегантность. Коко взяла реванш в немыслимо короткий срок – за год. То, что с треском провалилось в Париже, было слегка переработано и показано за океаном. Американцы устроили ей овацию – в США состоялся триумф «маленького черного платья», символа эпохи. Новое поколение модниц стало считать за честь одеваться от Шанель, а сама Коко превратилась в магната, управляющего самым крупным Домом в мировой индустрии моды.

Мир признал ее единственной законодательницей самой утонченной элегантности. Понятие «стиль Шанель» прочно

утвердилось в терминологии моды. Этот стиль предполагал, что костюм должен быть функциональным и удобным. Если на костюме Шанель были пуговицы, то они обязательно застегивались. Костюм обычно дополняли туфли на низком каблуке, носок которых отделывался поперечной полоской, что зрительно уменьшало ногу. Юбки Шанель закрывали колени и имели карманы, куда деловая женщина могла положить сигареты. Ей также принадлежала идея носить сумку через плечо.

Несмотря на великое множество людей, которые окружали ее на протяжении всей жизни, Мадемуазель так и осталась одинокой. В день ее смерти, 10 января 1971 года, когда ей было 87 лет, рядом оказалась только горничная. Доходы империи Шанель составляли 160 миллионов долларов в год, а в ее гардеробе было найдено всего три наряда, но «очень стильных наряда», как сказала бы Великая Мадемуазель. Похоронили Коко Шанель, согласно ее завещанию, не в Париже, а в швейцарской Лозанне, где, по ее словам, у нее возникало чувство защищенности.

ШЕВЧУК АЛЕКСАНДР

(род. в 1966 г.)

Известный стилист, работающий со звездами отечественного шоу-бизнеса первой величины: Аллой Пугачевой, Филиппом Киркоровым, Ларисой Долиной, Дмитрием Маликовым, Валерией, Александром Буйновым, Валерием Леонтьевым, Анжеликой Варум, Валерием Меладзе, Ириной Понаровской, Аркадием Укупником, Игорем Николаевым, Наташей Королевой, Земфирой и многими другими. Кроме того, Шевчук занимается разработкой стиля для героев видеоклипов (на его счету более 300 таких работ), драматических спектаклей, мюзиклов и балетов. На сегодняшний момент этот человек является самым высокооплачиваемым специалистом среди российских стилистов. За работу в «Старых песнях о главном-3» А. Шевчук стал обладателем всероссийской премии «Овация».

Путь на вершину успеха для Александра Шевчука не был легким. Работать приходилось временами по 24 часа в сутки, часто – бесплатно. Зато сегодня мастер с чистой совестью может сказать, что шел на такие жертвы недаром. Видимо, сказались присущая всем Стрельцам и «детям» года Огненной Лошади напористость, целеустремленность и необычайно развитая интуиция, помогающая выбрать оптимальную область для приложения сил.

Александр Шевчук родился 6 декабря 1966 года в Украине, в Умани. В этом городе до сих пор живут родители стилиста и его старший брат. Так получилось, что срочную военную службу Саша проходил в Москве. После демобилизации он решил домой не спешить, а попробовать поступить в столичный Технологический институт легкой промышленности. Затея неожиданно увенчалась успехом, и будущий стилист был зачислен студентом на факультет конструирования и моделирования одежды. Но после окончания второго курса парень неожиданно бросил вуз. Он просто пришел к выводу, что индустрия моды в нашей стране пока еще не развита до того уровня, на котором он хотел бы работать. По этой причине после знакомства с дизайнером Наташей Нафталиевой Александр решил «сменить курс» и попробовал делать для моделей Наташи образы – лица и волосы. Работа, что называется, «пошла», принеся, наконец, удовлетворение и понимание того, что это – именно его дорога в жизни. Вскоре молодой человек открыл собственный салон. Там рождались интересные вещи, но работать приходилось сутками, и далеко не всегда старания мастера оплачивались. Тем не менее, со временем салон позволил Шевчуку «набить руку». Теперь от мастера требовалось одно – не останавливаться на достигнутом. И снова потянулись годы учебы. На этот раз – в Финляндии, Германии и Америке. Наконец Александр решил, что настало время возвращаться в Москву. И хотя широкие массы о нем как о стилисте ничего не знали, работники искусства по достоинству оценили талант нового специалиста.

Непреложным условием успешной карьеры стилиста является необходимость быть хорошим психологом. Это не удивительно: ему приходится работать с разными людьми, большинство которых просто привыкли к собственному внешнему виду и боятся с ним расстаться (а вдруг поклонники не поймут!) Поскольку же стилист всего лишь предлагает свое видение образа, а сам артист окончательно решает, что следует изменить, результат не всегда соответствует стремлениям мастера. Тем более что действительно покладистые клиенты – такие, как Лариса Долина (она позволяет Шевчуку радикально менять собственную внешность, благодаря чему и стала блондинкой) – встречаются нечасто. Например, Александр долго мучился над светлым оттенком волос Пугачевой, стараясь убрать неестественную желтизну. Когда же результат был достигнут, эффект продержался всего пару дней: звезда решила укрепить волосы хной, после чего стала ярко-рыжей…

Сам Шевчук считает, что уж кому-кому, а артистам нельзя

бояться экспериментов; смена внешнего вида – необходимое условие этой профессии, позволяющее эпатировать публику, не давать ей утратить к себе интерес. Так что для представителя творческой братии менять длину, цвет волос или макияж должно быть столь же естественно, как и приобретать новую одежду. Единственное, чего следует неукоснительно придерживаться, – это не забывать о консультации с действительно хорошим стилистом. Тогда и новый имидж будет удачным, и поклонники примут изменения, произошедшие с их кумиром, на ура.

Можно сказать, что дорогу Шевчуку на большую сцену открыла Ирина Понаровская. Именно она первой из звезд появилась в платье, сшитом Александром, и его шляпе на дне рождения Льва Лещенко, проходившем в концертном зале «Россия». А шляпа была, мягко говоря, заметной… Шикарный головной убор состоял из 15 павлиньих перьев! Но о Шевчуке тогда никто еще ничего не знал, так что его работу даже пытались приписать другим известным мастерам, не имевшим к костюму певицы ни малейшего отношения.

С Аллой Пугачевой Александр работает уже давно. Его порекомендовали певице работавшие над «Рождественскими встречами» Борис Краснов и Александр Файфман. Просто когда примадонне потребовался новый стилист, мэтры вспомнили о результатах, достигнутых Шевчуком в работе с Лаймой Вайкуле и Ириной Понаровской, – и Пугачева решила пойти на эксперимент. Сотрудничество этих двух творческих личностей продолжается по сей день – к вящему удовольствию зрителей.

Кстати, в случае с присуждением последней «Овации», которую называют самой коррумпированной премией в России, получилось просто: Шевчук никому за нее не платил, несмотря на нехорошие слухи; зато Пугачева прямо предупредила организаторов, что если ее любимый стилист не получит эту награду, то и рассчитывать на личное присутствие примадонны на церемонии нечего! Так что на сей раз «Овация» досталась Александру, хотя ранее ее бессменным «хозяином» являлся С. Зверев.

Идеалами женщины для мастера являются Мэрилин Монро и Наталья Ветлицкая. С Ветлицкой, кстати, Шевчук работал в то время, когда она снимала фотосессию для журнала «Плейбой».

Кроме артистов эстрады известный стилист сотрудничает также со звездами театра и балета. Когда-то судьба свела Александра с художником-сценографом Павлом Котлевичем, который и познакомил молодого мастера с Галиной Волчек. В итоге, Шевчук принял участие в проекте «Пигмалион» (в спектакле участвовали такие звезды, как Гафт, Яковлева и

другие). Весь грим для спектакля целиком и полностью – работа Александра.

В течение довольно долгого времени его клиентами были также Андрис и Илзе Лиепа. Позднее известная балерина Нина Ананиашвили пригласила становящегося популярным стилиста для работы над спектаклем «Сны о Японии». Тогда Шевчуку пришлось заниматься гримом, и он столкнулся с серьезной проблемой: в течение спектакля балерина много раз меняла костюмы, причем делать это приходилось быстро. Тут уж не до смены грима! На это просто не оставалось времени. Но что-то же нужно было делать! И тогда Александр создал своеобразное ноу-хау: тянущуюся тканевую маску, на которую, собственно, грим и наносился. С этими масками, кстати, в театре работали и в последующие годы… На сегодняшний день мастер активно сотрудничает с московским театром «Современник».

Хотя стилист просто не имеет права отказываться от работы, выбирает он клиентов, по большому счету, сам. У Шевчука не было в карьере обидных «проколов», но иногда он понимает: клиент – «не его». Так, например, было с певицей Светланой Лазаревой; перед съемками видеоклипа «Клеопатра» артистка и стилист поговорили и… поняли, что общего языка они не найдут. А вообще мастер старается придерживаться правила: «Клиент всегда прав». В том случае, если человеку что-либо не нравится, Шевчук всегда умудряется найти компромисс и… конечный результат всегда всех устраивает!

Услуги Александра Шевчука стоят очень дорого. «Я не работаю бесплатно. Это не мой имидж, не моя философия. Все должно быть оплачено», – говорит мастер. На данный момент он является самым высокооплачиваемым стилистом в России и откровенно гордится таким положением вещей – что ж, Шевчук имеет все основания для этого!

Кроме отечественных звезд, Александру время от времени приходилось работать и с зарубежными идолами мира музыки, кино и подиума. Так, на Неделях Высокой моды в Москве он был гримером Линды Евангелисты и Нади Ауэрманн. Клиентами российского стилиста на время их визита в Россию становились певец Пол Янг и актер Жан-Клод Ван Дамм.

Среди проектов мастера – создание школы «Райский сад Александра Шевчука»; в будущем стилист планирует привлечь наиболее талантливых своих учеников для работы в новом агентстве, которое занималось бы обслуживанием индустрии моды, телевидения и шоу-бизнеса. Кроме того, школа постепенно должна вырасти в сеть салонов, расположенных в разных городах – в том числе и в Киеве (чтобы салоны обязательно были

доступны людям, не имеющим никакого отношения к шоу-бизнесу). А пока Шевчук ежегодно участвует в многочисленных международных конференциях, соревнованиях и мастер-классах самых знаменитых мастеров мира: стилист до сих пор не находит нужным прекращать учиться… Тем более, что, в отличие от зарубежных коллег, ему приходится сочетать в себе талант собственно стилиста (умение подобрать одежду), парикмахера и визажиста. На Западе же, например, всеми этими задачами занимаются разные специалисты. Но владение несколькими специальностями одновременно дает больший простор для творчества, помогает решить проблему создания целостного имиджа человека, соответствующего его внутреннему миру, убеждениям, идеям. Так что… ждем, пока сотрудники салонов Александра Шевчука смогут уделять внимание не только звездам театра и эстрады!

ШИФФЕР КЛАУДИА

(род. в 1970 г.)

Самая высокооплачиваемая супермодель мира, общее состояние которой оценивается в 400 млн долларов, снявшаяся для обложек более чем 500 журналов. В разные годы являлась «лицом» Дома моды Шанель, компаний «Ревлон», «Пепси», «Фанта», «Ситроен», H&M, «Gues», L'Oreal и др., хозяйка собственной косметической линии Elseve. Выступает в качестве ведущей программы Fashion Cafe.

«Белокурая бестия» Клаудиа Шиффер появилась на свет 25 августа 1970 года в городке Райнберг, что под Дюссельдорфом, и была старшим ребенком в добропорядочной бюргерской семье Хайнца и Гудрун Шиффер. Отец девочки работал юристом, считался знатоком права в области бизнеса и весьма преуспел в своей профессии: семья жила безбедно. Его жена, воспитанная в традициях трех «К» – «Киндер, Кюхе, Кирхен» (дети, кухня и церковь), – смогла полностью посвятить себя четверым малышам: Клаудии, Анне Каролине, Андреа и Стефану. Детей она растила в строгости, с детства прививая им дисциплину и трудолюбие. Клаудиа по очереди с братьями и сестрой убирала в доме, ходила за покупками и чистила обувь. Подавая пример младшим, она была послушной и прилежной девочкой, в школе училась на «отлично», особенно выделяясь знаниями в математике и химии.

Еще она занималась иностранными языками, брала уроки балета и игры на фортепиано, но точно знала, что пойдет по стопам папы и станет специалистом по праву.

Красота Клаудии расцвела очень рано, и отец, заметив повышенное внимание сильного пола к дочери, запретил ей возвращаться домой позже девяти вечера. Послушная дочь, в 15 лет победившая на городской олимпиаде по физике и автоматически зачисленная в престижный Мюнхенский университет, блистала на всех вечеринках и дискотеках и каждый раз исчезала в указанное время под огорченные вздохи парней и радостные – девушек: «кукла Барби» обычно затмевала всех подруг, никогда к этому, впрочем, особо не стремясь.

Впервые юная Шиффер столкнулась с модельным бизнесом в 16 лет, когда отдыхала на родительской вилле на Майорке. Там будущую красавицу-модель (кстати сказать, ее рост 180 см, а объемы груди, талии и бедер почти классические – 92, 60 и 90 см) увидел ассистент фотографа – испанец по происхождению Педро Колла и предложил ей сняться для туристического каталога. Родители, убедившись в чистоте намерений Колла, не нашли в этом ничего предосудительного и разрешили Клаудии заработать 200 долларов на карманные расходы. Вскоре девушка вдыхала запах свежей типографской краски журнала с собственными глянцевыми фотографиями. Однако других предложений не последовало, и она вновь вернулась к учебе.

Но начало было уже положено, и далее сработала, видимо, уже судьба. В 1987 году Клаудию, лихо отплясывающую на дискотеке во время встречи выпускников в Дюссельдорфе, заметил Мишель Леватон – директор агентства «Метрополитен моделз» и предложил ей поехать в Париж на пробные съемки для журнала мод. Леватону с трудом удалось убедить родителей, что их дочь ожидает карьера куда более головокружительная и удачная, чем юридическая, а потому доучиваться ей совсем необязательно. Так, в 17 лет фройлен Шиффер навсегда уехала из родного провинциального городка. Но хотя портфолио Клаудии делал известный фотограф Мари Франсуа Прибис, удача улыбнулась девушке не сразу. «Создатели моделей» полагали, что «эта девочка никогда не станет больше, чем королевой каталога», ведь Клаудиа, несмотря на развитые формы, выглядела сущим ребенком: по-детски пухленькая и неуклюжая, с застенчивой улыбкой, ангельски голубыми глазами и воздушными белокурыми локонами…

Только под Рождество Шиффер получила приглашение на просмотр к директору по кастингу журнала «Эль» Одилии Саррон. Та устроила молоденькой немецкой модели вторую фотосессию с

У. Шином и разослала снимки во все фотоагентства. Потянулись долгие дни ожидания. И вскоре, смирившись с тем, что Клаудиа не получит образования, в Париж прибыла ее мать, привезшая с собой… старинную колдовскую книгу с множеством заговоров, приворотов и других «рецептов». Кто знает, может, именно магия и помогла сдвинуть все с мертвой точки.

И «бомба» взорвалась. Приглашения на съемки от итальянских, английских и немецких изданий посыпались как из рога изобилия. Но «Метрополитен моделз» к тому времени уже имело четкую стратегию «раскрутки» Клаудии Шиффер. Поэтому, отвергнув большинство контрактов, мгновенно гарантировавших огромные прибыли, они отбирали даже среди самых известных марок только те, которые нуждались именно в таком свежем и чувственном образе. Агент Шиффер Алин Сольес настолько верила в будущее белокурой немки, что, как тогда казалось, не имея ни малейшего шанса на успех, послала ее снимки в Дом Шанель Карлу Лагерфельду. И тот захотел встретиться. Закрыв глаза на полный непрофессионализм модели и многочисленные огрехи в дефиле (в частности о походке, которую девушке никак не удавалось выработать, он сказал: «Это не имеет значения; я хочу, чтобы она шла, как будто идет по улице…»), талантливый кутюрье предложил Клаудии стать лицом дома и торговой марки «Шанель».

От этого поистине звездного предложения отказаться было нельзя, и Шиффер всеми силами пыталась оправдать оказанное доверие. Ей приходилось учиться буквально всему, и она честно платила за успех: диетой, бессонницей, редкими встречами с родственниками и друзьями, отсутствием свободного времени… Вот когда Клаудии пригодились немецкое трудолюбие, пунктуальность, педантичность и, конечно же, жесткая самодисциплина. Люди, наблюдавшие за профессиональным становлением модели, вспоминают ее серьезной, собранной девушкой, которая никогда не позволяла себе капризничать, подолгу отрабатывала движения, никогда не курила, не пила и не бросала работу ради развлечений. Сама Клаудиа говорит о себе: «Мне никогда не приходилось извиняться за свое поведение». Это относится как к ее прошлому, так и к настоящему.

Но еще большую популярность Клаудии Шиффер принесли съемки в рекламе джинсового лейбла компании Guess. Сосредоточенная, неулыбчивая «Белоснежка» смотрела на ценителей прекрасного с обложек семи европейских и пяти американских журналов мод. (Не из-за этого ли успеха любимой одеждой модели по сей день остаются эти классические, неприхотливые джинсы?..) А календарь купальников за 1990 год,

которые она демонстрировала, и последующие рекламы нижнего белья разбили сердца мужчин во всем мире… и привели к повышенному травматизму на дорогах в местах со щитами с ее изображением. И это несмотря на то что Клаудиа никогда, в отличие от других моделей, не снималась (даже в эротическом журнале «Плейбой»!) и не выходила в дефиле даже топлесс, не говоря уже про полную наготу.

Чтобы описать ее дальнейшую карьеру, понадобилось бы куда больше, чем несколько страничек. Да и модель, получавшая тогда в иные дни до 40 кг писем, сама прекрасно справилась с этой задачей, выпустив книгу мемуаров. Она в действительности стала настоящей звездой среди равных себе: время поставило ее в один ряд с такими известными современницами, как Синди Кроуфорд, Наоми Кэмпбелл и Линда Евангелиста, а кое в чем Клаудиа далеко их опередила.

С 1992 года Шиффер фактически живет в самолетах. После заключения контракта с американской косметической компанией «Ревлон» на 15 млн долларов, превзойдя в этом С. Кроуфорд, она единогласно была признана самой высокооплачиваемой моделью мира и одновременно – самой фотографируемой: ее своеобразный рекорд – съемки более чем для 500 журналов. Престижный «Роллинг Стоунз» оказал Клаудии честь быть первой из моделей, появившихся на его обложке, «Пипл» в 1990 и 1991 годы внес ее имя в список 50 самых красивых людей мира, независимая экспертная комиссия – в число 10 наиболее красивых женщин, а в 1995 году журнал «Пари Матч» назвал ее «наиболее прекрасной девушкой в мире». При бешеной загруженности Шиффер успевала вести интенсивную работу с ведущими Домами моды и модельерами, регулярно появляясь на показах у «открывшего» ее Лагерфельда, Валентино, Версаче, Дольче и Габбаны, Сандера, Галлиано, Абугаттаса… И все, чем бы Клаудиа ни занималась, приносит ей немалые доходы: будь то календари или майки с ее изображением, куклы-Клаудии или фотоальбомы, видеокассеты с записью ее уроков по фитнесу или просто новый контракт с «Пепси», «Фантой» или H&M. В данное время ее общее состояние оценивается приблизительно в 400 млн долларов, а рабочий час – минимум в 50 тыс. И модель считает, что этих денег она достойна: «Раз я увеличиваю количество продаж, то, безусловно, заслужила эти деньги, особенно если принять во внимание сумасшедшие заработки этих производств. К тому же у меня не было выходных. Я работала с шести утра до трех ночи».

Немецкая рачительность привела Шиффер в княжество Монако, где, как известно, налоги минимальны. Влюбившись как-то в улочки Монте-Карло, она купила в этом городе трехэтажные

апартаменты и переехала туда раз и навсегда.

Но Клаудиа только на подиуме «икона», символизирующая чистоту и респектабельность. В повседневной жизни она такая же женщина, как и все (ну разве что очень красивая), желающая любви и личного счастья. Когда девочке было пять лет, она заявила, что обязательно станет знаменитой, а чтобы осуществить это, выйдет замуж за… Микки Мауса. И повзрослев, модель не снизила «планку». По словам Шиффер, ее жених должен соответствовать прежде всего двум условиям: быть не ниже ее и не быть бедным, а то «я все время буду думать, что он любит мои деньги, а не меня». Но и первому встречному, обладающему такими качествами, модель не отдалась, действуя, словно ее первый агент: из лучшего надо выбирать лучшее. Может, поэтому в ее жизни было лишь четыре серьезных романа, и только один из них завершился свадьбой. И кстати, ни о ком из неудавшихся женихов – наследном принце Монакском Альберте, роковом красавце-иллюзионисте Дэвиде Копперфильде и британском миллионере и неисправимом кутиле Томасе Джеффризе – она не отзывалась впоследствии дурно.

Семейное счастье Клаудиа Шиффер обрела 25 мая 2002 года. В церкви Святого Георга, расположенной в британском графстве Суффолк, в обстановке строжайшей секретности 31-летняя модель сочеталась браком с известным кинопродюсером, а теперь, как выяснилось, и потомком графского рода де Дрюммонд, Мэтью Воном, который, по слухам, покорил сердце недоступной красавицы, подарив ей черепаху. Новоиспеченные супруги, оба мультимиллионеры, даже от собственной свадьбы умудрились получить доходы – эксклюзивные права на публикацию фотографий они продали журналу Hello! за 900 тыс. долларов. А уже 30 января 2003 года в одной из лондонских клиник появился их наследник Каспар де Дрюммонд, возможно, – будущий граф. Клаудиа говорит, что замужество и материнство заставили ее по-другому посмотреть на жизнь: «Я мечтаю как можно быстрее подарить сестру или брата своему сыну… Хочу побыстрее снова забеременеть, чтобы иметь настоящую большую семью. Я пересмотрела свои взгляды на работу. Теперь соглашаюсь только на ту, которая не отрывает меня от семьи больше чем на три дня». А пока что молодая мама приобрела в Великобритании небольшой замок XIV века, чтобы семья могла жить «по-королевски».

И само собой как супруга кинопродюсера Шиффер снимается в кино (причем начала она кинокарьеру задолго до замужества). Но, увы, за много лет особых успехов на этом поприще она не достигла, хотя сыграла эпизодические роли уже более чем в 10

фильмах: критики воспринимают нормально лишь те картины, где Клаудиа изображает саму себя («Ричи Рич», «Высокая мода»), а вот требующие характерного исполнения отмечают как оставляющие желать лучшего. А режиссер фильма «Затмение» А. Ферра, особо не церемонясь в выражениях, назвал модель «полной бездарностью». Сама она менее критична: «Я не соглашаюсь на главные роли – для меня это пока слишком рано. Я многому еще должна научиться. В большинстве сценариев мне предлагают роль модели, но какой смысл постоянно играть просто красивых женщин? Мне нужны и иные способы самовыражения». И Клаудиа их находит. С телевидением ее объединяет ведение передачи Fashion Cafe на частном немецком телеканале. Она активно занимается благотворительностью, жертвуя часть своих заработков в пользу фондов по борьбе с раком и СПИДом, и сотрудничает с программой ЮНИСЕФ, отвечающей за профилактику полиомиелита. Поддерживая современные технологии, она создала веб-сайт для своих поклонников и участвовала в разработке дизайна ноутбуков. А в мае 1997 года, подписав контракт с компанией L'Oreal, Клаудиа занялась выпуском собственной линии по уходу за волосами Elseve: это, видимо, связано и с ее шикарными белокурыми волосами, в действительности требующими тщательнейшего ухода. Еще она пробует рисовать, и это далеко не все, чем занимается талантливая топ-модель…

И хотя еще в 1996 году Карл Лагерфельд заявил, что Клаудиа Шиффер потеряла форму и не может больше демонстрировать модели Дома Шанель, она и в новом столетии для большинства людей остается «моделью десятилетия» и с успехом блистает на избранных показах. А на комплименты как всякая уверенная в своей красоте женщина отвечает скромно: «Вы же не знаете, как я выгляжу утром. Любая станет красавицей, если над ней в течение четырех часов будет трудиться целый полк стилистов…»

ШЛЕЕ (САНИНА) ВАЛЕНТИНА НИКОЛАЕВНА

(род. в 1894 или 1904 г. – ум. в 1989 г.)

Пожалуй, единственная из наших соотечественниц (по Российской империи и Советскому Союзу), которая сделала такую головокружительную карьеру в данном бизнесе за границей. Многие русские эмигранты, волею судьбы разбросанные в результате революции по всему миру, пришли в мир моды, но только она стала ее законодательницей. Валентина Санина одевала всю голливудскую элиту своего времени. Ее наряды считались верхом простоты и изящества. Грета Гарбо и Кэтрин Хепберн, Глория Свенсон и Полетт Годар, Марлен Дитрих и Пола Негри, Линн Фонтейн и Джудит Андерсон блистали в них. Женщина-загадка, женщина-легенда, медноволосая красавица, в совсем еще юном возрасте поразившая воображение одного из величайших исполнителей начала XX века – Александра Вертинского. Ее письма он хранил более 30 лет.

«На меня медленно глянули безмятежно-спокойные, огромные голубые глаза с длинными ресницами, и узкая, редкой красоты рука с длинными пальцами протянулась ко мне. Она была очень эффектна, эта женщина. Ее голова была точно в золотой короне. У нее были раскосые скулы, красиво изогнутый,

немножко ироничный рот. Кроме того, она была похожа на пушистую ангорскую кошку». Именно так описывает свое знакомство с Валентиной Саниной Александр Вертинский. Он познакомился с ней в одном из харьковских артистических кафе в 1918 году. Есть основания полагать, что знаменитый Печальный Пьеро был безнадежно влюблен в эту красавицу. Именно ей посвящены романсы «Послушайте, маленький, можно мне вас тихонько любить?», «Вы стояли в театре за кулисами» и «Ты ушла на свиданье с любовником, я снесу, я стерплю, я смолчу» и еще целый ряд менее известных произведений. Факт можно было бы назвать удивительным, если бы не одно обстоятельство – от Валентины Саниной теряли голову почти все окружающие мужчины. Что же касается Вертинского, то он вспоминал о ней в своих стихах даже в 1949 году:

Мыши съели Ваши письма и записки.
Как забавны «незабвенные» слова!
Как Вы были мне когда-то близки!
Как от Вас кружилась голова!

Не заметить эту женщину было нельзя. Как пишет о ней историк моды Александр Васильев: «Она обладала каким-то невероятным магнетизмом, который сейчас встречается крайне редко. Таких, как она, в начале века называли роковыми женщинами». Говорят, что Валентина Санина была красоты неземной. Однако самым удивительным и притягательным, таким же ярким, как и внешность, был ее характер. Собственно, без такого внутреннего стержня трудно было не только выбиться в люди, но и просто уцелеть в то время и в той исторической круговерти, особенно женщине. Неудивительно, что биография нашей героини пестрит белыми пятнами. С одной стороны – ореол таинственности добавляет привлекательности, а с другой – у человека с такой судьбой наверняка были целые периоды, о которых не хотелось бы вспоминать. Судите сами.

Американцы убеждены, что Валентина Санина родилась в Киеве 1 мая 1904 года. Эти данные трудно считать достоверными. Основные сомнения вызывают год и место рождения. Если это был Киев, то почему мемориальную доску недавно (июнь 2005) установили в Харькове и сюда же приезжали ее потомки – тот же А. Васильев? Встреча же с Вертинским показывает, что он был представлен явно не подростку, а знавшей себе цену женщине. Возможно, впоследствии десяток лет ей пришло скинуть именно в результате занятий модельным бизнесом, где, как известно, возраст играет значение.

Революция лишила Санину семьи, положения в обществе и материального благополучия. Но девушка не растерялась и по окончании драматических курсов стала довольно успешно пробовать себя на сцене. Стремительное разворачивание исторических событий вынудило ее к бегству в Севастополь, где она и познакомилась с главным мужчиной своей жизни – Георгием Матвеевичем Шлее, личностью неоднозначной, но, безусловно, неординарной. Одни считали его жуликом, другие – меценатом, третьи – просто авантюристом. Скорее всего, он был такой же, как и Валентина, небесталанной жертвой обстоятельств. По одним данным, они поженились в 1921 году, еще до отъезда за границу, по другим – уже после приезда в Нью-Йорк, двумя годами позже. Ясно одно, что из России они бежали вместе, через Грецию, Италию и Францию. Интересен еще и такой факт. Зарабатывая на жизнь во Франции, Санина играла несколько сезонов в знаменитой труппе «Летучая мышь» Никиты Балиева. Позже пара переехала за океан в США.

Место новое, а проблемы были все те же. Здесь двум эмигрантам пришлось в первую очередь думать о хлебе насущном. Хотя не исключено, что у Шлее был какой-то начальный капитал, не зря же его некоторые считали меценатом. Валентина была не той женщиной, которая будет сидеть без дела. Ее эффектная внешность произвела впечатление и в новой стране. Вначале русская красавица стала манекенщицей, а позже работала, как сейчас бы сказали, в бутике. Но ее деятельная наделенная фантазией и вкусом натура жаждала иного выхода.

И вот в Нью-Йорке, на знаменитой Мэдисон-авеню, открылся магазин «Платья от Валентины». Санина была далеко не первой русской эмигранткой, попытавшейся найти себя в модном бизнесе. Дома моды, основанные дамами самых известных фамилий, росли как грибы после дождя. Они возбудили большой интерес к своей родине и создали целый «русский» стиль, а также «казацкий» и «кавказский». Наиболее известными из них были: основанный великой княгиней Марией Павловной Дом вышивки «Китмир», «Ифре» князя и княгини Юсуповых, целый ряд Домов княгини М. С. Трубецкой, «Поль Каре» княжны Лобановой-Ростовской и другие.

Муж Валентины, именовавшийся теперь на американский манер Джорджем, нашел себя в роли довольно успешного театрального импресарио. Это дало ему пропуск в самые богемные круги. Когда чета Шлее появлялась на каком-то очередном званом вечере, все дамы начинали испытывать острое чувство зависти, до того хороша была Валентина. Она надевала наряды, сшитые и разработанные собственноручно. Это не могло

не способствовать популярности основанного ей торгового дома, ведь всем сразу хотелось такие же. Особенно привлекательным в них было то, что они одинаково эффектно смотрелись как в статике, так и в движении. Самой высшей похвалой, на наш взгляд, было то, что, по мнению клиенток Саниной-Шлее, в созданном ею платье дама могла броситься на шею мужчине без опасения, что оно соберется на спине комом. Валентине вообще импонировал эдакий «пейзанский» стиль, не сковывающий движения. Просторные юбки и свободные блузы, глубокие декольте, широкополые шляпы, накидки с капюшонами. Максимальная простота и естественность во всем и «никаких жутких брошек и бантов на задницах» – железное правило Саниной. Более всего в своем творчестве она предпочитала черный цвет. Роскошные вечерние платья из самых разных тканей от шифона до бархата поражали воображение. Из светлых тонов отдавалось предпочтение оливковому, желтому, зеленому и белому.

Свою торговую марку она назвала просто – «Валентина». Его фирменным знаком стал кулон-подвеска в виде хрустального креста. Он был надет на Валентине Николаевне во время знакомства с Вертинским и, видимо, приносил ей удачу. Успех не заставил себя долго ждать. Американский бомонд сразу же оценил женственный стиль русского дизайнера. Особенной творческой удачей Саниной стал стиль, разработанный для знаменитой актрисы Греты Гарбо. Причем ее авторство не ограничивалось одеждой. Прически, форма шляп также были плодом ее фантазии. Возможно, все получилось настолько здорово оттого, что эти две яркие женщины очень подружились. К сожалению, от любви до ненависти один шаг не только в романах. Звезде экрана ничто человеческое было не чуждо. Увы, близкая подруга превратилась в коварную разлучницу и изменницу. Георгий Шлее ушел к ней от жены и завещал ей все свое состояние. Если кто-то думает, что он попал под магнетизм личности великой актрисы, то это не совсем так. Утверждают, что скорее она стала жертвой его шарма. По воспоминаниям современников, стоило Джорджу только высказать какое-либо пожелание, и Грета была готова бросить все и всех. Говорят, что тяжелый характер Гарбо Шлее казался просто ангельским, по сравнению с темпераментом Валентины. Возможно, именно в этом таились корни измены. Хотя кто это сейчас разберет, ведь даже современники терялись в загадках произошедшего. Тем более, что на похороны Шлее в 1964 году Гарбо не пришла.

Обе дамы пережили своего Джорджа более чем на четверть века. Самое интересное заключается в том, что жили они в одном

доме, только на разных этажах. И хотя им уже нечего было делить, Валентина Санина до конца своих дней так и не простила свою бывшую подругу. Тяжелее всего приходилось консьержу, которому вменялось в обязанность не допускать их встреч.

Дом моды «Валентина» просуществовал более 30 лет – до 1957 года. Интересен еще и тот факт, что Санина тесно сотрудничала с Натальей Палей. Эта еще одна удивительная женщина – кузина Николая II, оказавшись в эмиграции, также работала в модном бизнесе, в Доме «Китмир». Там она познакомилась с известным парижским кутюрье Люсьеном Лелонгом и вышла за него замуж. К сожалению, брак распался, и Наталья перебралась в Америку.

Валентина Санина дожила до 1989 года. Одна, в апартаментах, занимавших целый этаж одного из элитных домов Манхэттена. Что касается ее моделей, то они до сих пор являются предметом гордости музеев и частных коллекций. Их и носили десятилетиями, настолько они были вневременными. Сама же модельер говорила: «Шей с расчетом на целый век. Позабудь, какой на дворе год».

ЮДАШКИН ВАЛЕНТИН АБРАМОВИЧ

(род. в 1963 г.)

Известный российский кутюрье, получивший в 1999 г. звание заслуженного деятеля искусств Российской Федерации. С 1996 г. – член-корреспондент Парижского Синдиката Высокой моды и готовой одежды. Член французской Палаты моды, действительный член Академии социальных наук, почетный академик Российской академии художеств. С ноября 2001 г. является членом Совета по культуре и искусству, возглавляемого президентом Российской Федерации. Валентин Юдашкин является почетным гражданином Лос-Анджелеса. Его модели хранятся в Луврском музее костюма, в Калифорнийской музее моды, в Государственном историческом музее в Москве, в Международном музее Олимпийских игр.

Мало кому в этом мире удается всего за десять лет добиться признания и славы, начав с нуля. Они за короткий срок успевают сделать то, на что у одних уходить вся жизнь, а у других не получается никогда. Валентин Юдашкин – из этих единиц. От первого показа его моделей до мирового признания не прошло и десятилетия. Теперь он – законодатель Высокой моды не только в России, его популярность давно перешагнула даже границы Европы и завоевала Америку.

Валентин Юдашкин родился 14 октября 1963 года в поселке Баковка Одинцовского района Московской области. С самого

детства он очень любил рисовать. Но не просто рисовать, а рисовать модели. Мальчик что-то постоянно мастерил из ткани, шил для себя и своих школьных подруг из всего, что попадалось под руку. Вспоминая, как все начиналось, Юдашкин отмечал: «В этом увлечении одеждой я как представитель мужского пола был так одинок, что от насмешек со стороны товарищей меня мог застраховать только успех, то есть противостояние результатами моей работы». Родители мальчика поначалу не одобряли это «немужское» занятие, но потом Валентин все же настоял на своем и в 1981 году поступил в Московский индустриальный техникум на факультет моделирования.

Учеба была прервана службой в армии. А когда Валентин вернулся, то понял, что «все юношеские увлечения не были случайными. До армии все это было хобби. Ну, шьет мальчик, так ведь многие проходят через попытки вязать, вышивать крестиком, и это ничем не заканчивается». Он с головой ушел в учебу. В 1986 году Юдашкин окончил техникум с отличием, защитив сразу два диплома: «История костюма» и «Макияж и декоративная косметика».

Началом всего пути для Валентина стала работа в Центральном проектно-конструкторском бюро при Министерстве бытового обслуживания РСФСР. Работа старшего художника предполагала многое, он был одновременно и стилистом, и визажистом, и модельером. Здесь был сделан первый шаг к всемирной славе. Как-то всей команде бюро нужно было выступать в Польше на конкурсе причесок и макияжа, и тогда Валентин создал свою первую коллекцию одежды для выступления. Следующая коллекция костюмов для сборной команды была подготовлена к чемпионату Европы в Будапеште. К этому моменту Валентин был не только модельером и художником, но и старшим тренером, поэтому именно он готовил команду к выступлению. Здесь же Юдашкин познакомился со своей будущей супругой Мариной, которая работала модельером по прическам. Они почти сразу решили, что созданы друг для друга, и вскоре сыграли свадьбу. В 1990 году у них родилась дочь Галина.

8 марта 1987 года в концертном зале московской гостиницы «Орленок» прошел показ коллекции, состоящей из 150 моделей. Этот первая крупная демонстрация стала важным событием в жизни Валентина Юдашкина. Модели были представлены на фотовыставке, которую автор делал вместе с Юрием Желудевым. Эта коллекция была еще безымянная, и «практически все было сделано собственными руками. Не было никаких ассистентов и помощников». Это было только начало, но уже после этого

первого показа его имя получило известность не только в Москве, но и в масштабах страны.

В это же время он нашел своих первых звездных клиентов – сначала Игоря Николаева, потом Лайму Вайкуле. Лайма как раз осталась без художника, и Юдашкин предложил ей изменить образ. Вайкуле осталась настолько довольна полученным результатом, что пригласила Валентина с женой поехать в Таллинн. И они уехали, не предупредив никого. За что и поплатились. По возвращении им пришлось расстаться с работой в Министерстве. Увольнение послужило толчком к созданию в 1989 году собственной фирмы, которая получила название «Вали-мода» («Vali-Мода»). Два года спустя фирма была переименована в Дом моды «Валентин Юдашкин».

В 1989 году в Колонном зале Дома союзов Юдашкин продемонстрировал две свои новые коллекции: «Русь изначальная» и «Петровский бал». Показы вызвали общественный резонанс, и молодой модельер получил приглашение на Парижскую выставку.

Мировое признание пришло к российскому модельеру в 1991 году, после того как Юдашкин представил свою коллекцию «Фаберже» на подиумах Парижа во время Недели Высокой моды во Франции. Коллекция произвела ошеломительное впечатление на искушенную и взыскательную парижскую публику. Ее отметили даже такие признанные мэтры в мире моды, как Пьер Карден и Пако Рабанн. После того как коллекция «Фаберже» объехала несколько стран, Юдашкину поступили предложения о приобретении его моделей для Музея костюма Лувра и Калифорнийского музея моды. Этот грандиозный успех стал ступенькой в творческой жизни модельера, которая вывела его на новый, более высокий уровень. Теперь каждый премьерный показ своих новых коллекций он проводит только в Париже, во время Недели Высокой моды, на которую собирается весь мировой бомонд. Каждый год молодой российский модельер представляет новые коллекции: «Музыка» (1992 г.), «Натюрморт» (1993 г.), «Фрески» (1994 г.), «Екатерина Великая» (1994 г.), «Балет» (1995 г.). Авторитет художника настолько вырос, что в 1993 году на фестивале In Vogue в Вильнюсе и Фестивале моды в Китае и в 1994 году на Ассамблее Неукрощенной моды в Риге он был приглашен в качестве члена жюри.

Самым главным для Валентина Юдашкина и всего российского мира моды стал 1996 год. 33-летний модельер был первым российским кутюрье, который получил статус члена-корреспондента в Синдикате Высокой моды Франции (Chambre Syndicale de la Couture Parisienne) наравне со звездами мира моды

Джанни Версаче и Валентино. Его Дом моды получил право называться Домом Высокой моды (Haute Couture). Членство в этой престижной организации – не только большая честь, но и огромная, постоянная работа. По требованиям Синдиката автор обязан ежегодно представлять две коллекции по сезонам осень-зима, весна-лето, количество моделей в каждом показе должно быть не менее 45, причем их нужно сделать на 85 % вручную.

С этого времени Юдашкина официально приглашают в Париж два раза в год для показа новой коллекции. В Париже российский модельер демонстрирует свои коллекции: «Райские птицы» (весна/лето-1996), «Рождественский сон» (осень/зима-1996/97), «Врубель» (весна/лето-1997), «Немое кино» (осень/зима-1997/98), «Русский модерн» (весна/лето-1998), «Анна Каренина» (осень/зима-1998/99), «Конец века» (весна/лето-1999), «Покажи мне любовь» (осень/зима-1999/2000), «Импрессионисты» (весна/лето-2000). Его коллекции посвящены сюжетам из русской истории, культуры и искусства. Фирменным знаком стиля от Юдашкина стала вышивка бисером и стразами.

Дом моды довольно долго занимался только одеждой класса от кутюр, что подразумевало под собой «постоянный поиск идей, своеобразную лабораторию моды». Для каждого клиента, исходя из его пожеланий, создавались эксклюзивные модели, которые подчеркивали его индивидуальность и неповторимый образ.

Однако через шесть лет существования Дома модельер решил, что назрела необходимость воплощения своих идей в готовой одежде. «Запуская линию прет-а-порте, то есть линию “готовой одежды”, – рассказывал Валентин Юдашкин, – я старался соблюсти тот же принцип, то есть производить одежду по собственным эскизам в очень небольшом количестве. В каждой коллекции представлены различные цветовые сочетания, разнообразный крой, длина моделей. Это позволяет каждой женщине самостоятельно или, если понадобится, с моей помощью, создать свой неповторимый стиль и образ. Как правило, познакомившись один раз с таким подходом к делу, клиенты уже не хотят ничего другого и начинают доверять только нам. Поэтому вопросы конкуренции меня совершенно не волнуют».

В 1997 году на Кутузовском проспекте в Москве открылся бутик от Дома моды «Валентин Юдашкин». Первой коллекцией, представленной здесь, стала джинсовая коллекция. С момента открытия бутик постоянно представляет сезонные коллекции мужской и женской готовой одежды высокого класса от 46-го до 56-го размера, обувь и аксессуары.

Производство готовой одежды от Юдашкина сосредоточено за

рубежом. Валентин мечтает о том времени, когда в России возродиться легкая и текстильная промышленность: тогда можно будет производить материалы для работы в своей стране, не обращаясь к услугам итальянских и французских фабрик и студий. Сейчас же ткани для Дома приобретаются на сезонных ярмарках в Милане и Париже, а иногда производятся специально по его эскизам.

Имя Валентина Юдашкина стало настолько популярным, что именно ему поступило предложение «одеть» Олимпийскую сборную команду России в 1994 и 1996 годах к 100-летию Олимпийских игр. По эскизам российского дизайнера в 1998 году создавалась форма для участников юношеских Олимпийских игр в Москве, и в том же году – для персонала компании «Аэрофлот».

8 марта 1999 года, через 12 лет после первого показа, была открыта следующая страница в истории Дома моды Валентина Юдашкина, начато совершенно новое направление в его работе. Именно тогда состоялась презентация первой коллекции ювелирных украшений в гостинице «Метрополь», а 26 марта там же, на Кутузовском проспекте, открылся эксклюзивный ювелирный салон «Валентин Юдашкин». Модельер вспоминал: «К ювелирной линии, например, обычный модный Дом идет очень долго, потому что ювелирные изделия – это, прежде всего, качество. Все должно быть по высшему разряду, и камни, и работа. Я начал задумываться над ювелирной линией, когда возможности все это использовать у меня не было. Около трех лет назад, по случаю, в самолете я начал рисовать ювелирную коллекцию. У меня есть дорожная книжка – ежедневник и там была нарисована эта коллекция». В 2001 году к этому направлению в деятельности Дома Моды добавилась еще одна: началось производство столового фарфора и серебра.

Новой линией Дома моды, появившейся на пороге нового тысячелетия, стал выпуск парфюма «Valentin Yudashkin». Этот проект, разработанный совместно с французской парфюмерной компанией «Parour», стал очередным этапом для дизайнера. Духи получили признание не только в России, но и во Франции, Америке и Японии. Сейчас они завоевывают другие страны.

Клиентами знаменитого модельера являются самые разные по социальному положению, по многим другим критериям люди. Однако, считает сам мастер, «если он одевается здесь, он на равноправных позициях». Среди его клиентов – многие звезды российской эстрады, кино и телевидения: Алла Пугачева, Инна Чурикова, Иосиф Кобзон, Надежда Бабкина, Махмуд Эсамбаев, Илзе Лиепа, Людмила Гурченко, Александр Буйнов, Владимир Пресняков, Кристина Орбакайте, Борис Моисеев, Лайма Вайкуле,

Валерий Меладзе, Лада Дэне, Наташа Королева, Игорь Николаев.

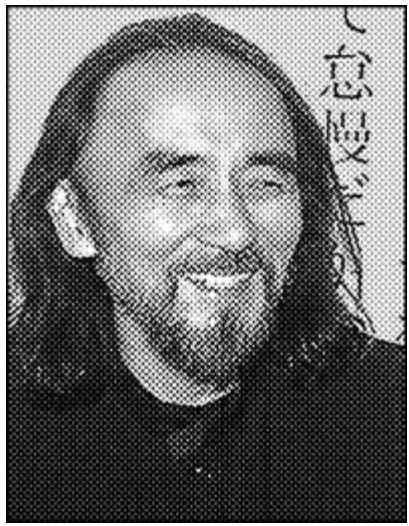
Творчество Валентина Юдашкина было по достоинству оценено не только светским обществом, но и правительством. В декабре 1999 года российский модельер был награжден званием «Заслуженный деятель искусств Российской Федерации». Кроме этого, Юдашкин – лауреат Национальной российской премии «Овация», премии «Образ года», премии «Золотой манекен» Недели Высокой моды в Москве (1997 г.). Ему были присвоены звания Мастера и награды «Шапочка Мастера» на фестивале «Мастер-класс» в Санкт-Петербурге. А в 2001 году модельер был удостоен премии «Бизнес-олимп» в номинации «Искусство и бизнес».

Лучшие модели художника были приобретены знаменитыми музеями мира. Его работы хранятся в Музее костюма Лувра, Калифорнийском музее моды, Государственном историческом музее в Москве, в Международном музее Олимпийских игр, нью-йоркском Институте костюма и музее «Метрополитен». Дизайнера признала не только Европа, но и Америка.

Однако Валентин Юдашкин не останавливается на достигнутом. Дом моды продолжает расти и развиваться, его представительства открыты уже не только в России, но и во Франции и Италии. Сам автор продолжает разрабатывать все новые и новые модели. Его фантазия кажется неистощимой. Знаменитый российский модельер, для которого «работа – это жизнь, а жизнь – работа», не боится перемен: «Я люблю экспериментировать, меня это радует, интригует. Жизнь меняется и мы не должны стоять на месте».

ЯМАМОТО ЙОДЗИ

(род. в 1943 г.)



Один из основоположников интеллектуальной японской моды, создающий настоящие шедевры дизайнерского искусства. Его модели поражают своей ассиметричностъю, артистизмом и неким налетом «инопланетности». Среди его многочисленных наград – французская «Медаль чести» и звание «Дизайнера года» от Fasion Group of America. Вит Вендерс снял документальный фильм о Ямамото – «Заметки об одеждах и городах» (1989 г.).

Японские дизайнеры в последние годы заметно потеснили своих собратьев по ремеслу из Европы и Америки. Идея межкультурной коммуникации оказалась на редкость плодотворной в мире моды, где этнические мотивы становятся той самой «изюминкой», которая позволяет новым коллекциям завоевать зрительские симпатии. Одной из ключевых и, в каком-то смысле, культовых фигур японской моды является Йодзи Ямамото, гениальный художник, имя которого известно сегодня во всех уголках мира. А критики определяют уровень криминальных боевиков по тому, одеты ли мафиози в костюмы от Армани или Ямамото.

Йодзи Ямамото родился в Токио 19 октября 1943 года. Нельзя сказать, что его жизнь с самого начала была связана с модой. Во всяком случае, первое упоминание о коллекции Йодзи

относится к 1977 году, когда художник уже перешел тридцатитрехлетний рубеж. В Японии, впрочем, считается, что тридцатилетие – это самое начало творческого пути, раньше этого срока стать мастером просто невозможно. Впрочем, время не было потрачено впустую – Ямамото получил диплом юриста, что впоследствии оказалось вовсе не лишним при подписании контрактов.

Мировая общественность узнала о Йодзи Ямамото гораздо позже, чем его соотечественники. Это произошло в 1981 году, в Париже, после того, как японский дизайнер выставил на суд ценителей свою коллекцию. Первое впечатление было шокирующим: абсолютно все модели были одеты в черное. По сравнению с яркими, почти кричащими расцветками других представленных коллекций, модели Ямамото воспринимались как вызов – закутанные в несколько слоев широких черных одежд, они выглядели как инопланетянки. На фоне всеобщего стремления максимально «раздеть» манекенщиц и сделать наряды откровенными одежда от Ямамото казалась чрезмерно закрытой. С легкой руки критиков этот стиль стали называть «антимодой», настолько сильно он выбивался из общих тенденций. Однако давно было замечено, что искусство дизайнера состоит в том, чтобы создать загадку, иллюзию, которая во много раз интереснее реальности. Поэтому Ямамото запасся терпением и дал ценителям моды то, чего им так не хватало, – время для того, чтобы оценить его коллекцию.

Поначалу коллекции молодого японского дизайнера не пользовались особым успехом у членов парижского жюри. Слишком уж непривычными казались рваные края одежды, слишком неброскими выглядели их основные цвета – черный, белый и синий. Прохладной была и реакция прессы. Часто можно было услышать, что образы Ямамото навеяны постапокалиптическими фильмами и напоминают обгоревшие и разодранные отрепья. Но со временем отношение к Ямамото кардинально изменилось. Танцовщица Пино Бауш, режиссер Вим Вендерс, архитектор Жан Нувель буквально влюбились в созданные им модели и часто появляются в них на публике.

Йодзи Ямамото – не просто дизайнер. Его можно назвать настоящим философом от кутюр. Кажется, что и ткани, которые он использует, и силуэты придуманной им одежды имеют особый смысл. Создание новых эскизов отчасти напоминает особую разновидность медитации: жесткая ткань вдохновляет модельера на угловатые силуэты, текучая – на округлые, мягко спадающие формы. Все в полном соответствии с природой вещей – может быть, именно потому его одежда пользуется таким спросом.

Сочетание Востока и Запада в коллекциях японского дизайнера не выглядит искусственным. Иероглифы на одежде, некий налет экзотики – все это не кажется чужеродным ни в Париже, ни в Токио. А компания «Адидас» в восторге от его работ, связанных со знаменитой линией кроссовок.

Популярность Йодзи Ямамото – итог верно выбранной стратегии, без которой, как известно, даже самые талантливые дизайнеры нередко остаются безвестными. Главным принципом пиара Йодзи Ямамото было привлечение внимания к личности дизайнера. Поклонники видели перед собой не просто одного из модельеров, создающего красивые, но несколько эпатажные модели, а человека тонкой душевной организации, имеющего массу увлечений и живущего полной жизнью. Именно такое впечатление возникло у зрителей фильма Вима Вендерса «Записки об одежде и городах». В этой картине Йодзи Ямамото предстает в роли творца, создающего новую Вселенную. Съемки проходили в святая святых – мастерской дизайнера, в которую обычно посторонние не допускаются. Вендерс снял чрезвычайно увлекательные кадры, изображающие мастера за работой. Поклонники японского дизайнера получили уникальную возможность следить за творческим процессом от начала и до конца: как он общается с топ-моделями и советуется с портными, как на глазах из кусков материи возникают безупречные по стилю платья. Города в фильме приобрели символическое значение: Ямамото делится своими мыслями о Нью-Йорке и Токио, о своем впечатлении от жизни в двух несхожих культурах. Фильм вызвал широкий резонанс не только в среде от кутюр, но и среди поклонников кино. Этому немало способствовало использование новаторского сочетания цифрового изображения и обычной киносъемки.

Нетрадиционный подход к показам – еще одна черта, отличающая Йодзи Ямамото от других дизайнеров. В частности, на выставке с интригующим названием «Правильная одежда» (Juste des Yetements) в парижском Музее моды (Musee de la Mode) он использовал для украшения интерьера произведения искусства XVIII–XIX веков. Коллекция насчитывала более сотни нарядов, которые можно было не только рассмотреть вблизи, но и потрогать. В экспозиции, воссоздавшей атмосферу токийской мастерской, были представлены все этапы изготовления одежды – от выбора тканей до окончательной отделки.

Ямамото не ограничивает себя исключительно показами коллекций. В начале девяностых он записал музыкальный альбом, а позже дал несколько «живых» концертов. Потом начал активное сотрудничество с кинорежиссерами, создавая костюмы для

фильмов. А в 2004 году он поставил спектакль под названием «Абордаж». Основная его тема – пересечение традиционной японской культуры с западной цивилизацией. Спектакль получился причудливым и экзотичным, со множеством спецэффектов – водяными пушками, пиротехникой, летающими самураями. Разумеется, одежда играла в действе не последнюю роль.

Йодзи Ямамото полон надежд и желания создавать все новые и новые проекты. Есть среди них и задумки, которые ему особенно близки. «Если бы я смог создать коллекцию, отражающую ход времени, я был бы очень счастлив, – говорит Ямамото, за свою карьеру сделавший 49 коллекций, навеянных самыми разными аспектами жизни и историческими периодами. – Создавать время – вот моя мечта».

Сегодня к мнению Йодзи Ямамото – человека, живущего на перекрестке двух цивилизаций, – прислушиваются крупнейшие модные журналы, его показы посещают мэтры от кутюр и начинающие дизайнеры, которые приходят к мастеру учиться. А сам он продолжает творить, находя время и для неспешной беседы, и для занятий карате и не обращая внимания на газетную шумиху, которая назвала японское вторжение в мир моды новым вариантом «бархатной революции».

notes

Примечания

1

Одорология – наука о запахах.

2

Фовизм (от франц. *fauve* – дикий) – течение во французской живописи, существовавшее в 1905–1907 годах.